

**ANALISIS GENRE RUBRIK “KOMPAS KARIER”  
SURAT KABAR HARIAN *KOMPAS***

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Sastra



oleh

**Annisa Krisdayanti**

**NIM 10210141019**

**PROGRAM STUDI BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
DESEMBER 2014**

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul *Analisis Genre Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian Kompas* ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 11 November 2014

Pembimbing I

Pangesti Wiedarti, Ph. D  
NIP 19580825 198601 2 002

Yogyakarta, 12 November 2014

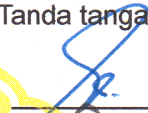



Pembimbing II

Ahmad Wahyudin, M.Hum  
NIP 19810617 200812 1 004

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Analisis Genre Rubrik "Kompas Karier" Surat Kabar Harian Kompas* ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada 25 November 2014 dan dinyatakan lulus.

## DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda tangan	Tanggal
Esti Swastika Sari, M.Hum	Ketua Penguji		19 Desember 2014
Ahmad Wahyudin, M.Hum	Sekretaris Penguji		19 Desember 2014
Joko Santoso, M.Hum	Penguji I		18 Desember 2014
Pangesti Wiedarti, Ph.D	Penguji II		22 Desember 2014

Yogyakarta, 21 Desember 2014

Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan



Prof. Dr. Zamzani, M.Pd.

NIP 19550505 198011 1 001

## PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini, saya

Nama : Annisa Krisdayanti  
NIM : 10210141019  
Program Studi : Bahasa dan Sastra Indonesia  
Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

menyatakan bahwa karya ilmiah ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, karya ilmiah ini tidak berisi materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 7 November 2014

Penulis



Annisa Krisdayanti



## MOTTO

*“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”*

(Thomas Alva Edison)

*“The formulas of a success are a hard work and never give up”*

(penulis)

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT. penulis persembahkan karya tulis ini kepada berbagai pihak sebagai berikut:

- Kedua orang tuaku yang tercinta, Alm. Ibu Euis Nurkomariah dan Bapak A. Kristianto yang dari awal kuliah selalu mendukung dan memberi semangat putrinya sampai saat ini.
- Saudariku Arieany Krisna Dewi yang selalu mengganggu kakaknya setiap saat mengerjakan skripsi.
- Teman-teman seperjuangan Mahasiswa Bahasa dan Sastra Indonesia (2010), *“ayo tetap semangat skripsinya!!!”*

## KATA PENGANTAR

### **Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Puji dan syukur saya sampaikan ke hadirat Tuhan Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang. Berkat rahmat, hidayah, dan inayah-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana.

Penyelesaian skripsi ini dapat terselesaikan karena bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya menyampaikan terima kasih secara tulus kepada Rektor Universitas Negeri Yogyakarta, Dekan Fakultas Bahasa dan Seni, dan Ketua Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan kesempatan dan berbagai kemudahan kepada saya.

Rasa hormat, terima kasih, dan penghargaan yang setinggi-tingginya saya sampaikan kepada kedua pembimbing, yaitu Pangesti Wiedarti, Ph.D dan Ahmad Wahyudin, M. Hum. yang penuh kesabaran, kearifan, dan kebijaksanaan telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan yang tidak henti-hentinya di sela-sela kesibukannya.

Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada teman sejawat dan handai tolan yang tidak dapat saya sebutkan satu demi satu yang telah memberikan dukungan moral, bantuan, dan dorongan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan studi dengan baik. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat.

### **Wassalamu'alaikum Wr.Wb**

Yogyakarta, 7 November 2014



Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR SIMBOL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Permasalahan .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Batasan Istilah Operasional .....	6

### BAB II KAJIAN TEORI

A. Genre .....	9
1. Bahasa Sebagai Teks .....	10
2. Konteks Situasi .....	11
3. Konteks Budaya .....	13
4. Tujuan Sosial .....	14
B. Analisis Genre .....	15
1. Struktur Generik .....	16
C. Karakteristik Bahasa.....	19
1. Ragam Bahasa .....	21
a. Dialek .....	21

b. Register .....	22
2. Analisis Bahasa: Metafungsi.....	23
3. Metafungsi Ideasional .....	24
a. Material .....	25
b. Mental .....	26
c. Verbal .....	26
d. Relasional .....	27
e. Verbal .....	27
f. Sirkumstan .....	27
1) Waktu .....	28
2) Tempat .....	28
3) Manner .....	28
4) Muasal .....	28
5) Kelengkapan .....	29
6) Perihal .....	29
7) Peran .....	29
4. Klausa .....	31
a. Klausa dalam Metafungsi Bahasa .....	32
b. Klasifikasi Klausa .....	34
c. Hubungan Klausa .....	35
1) Ekspansi .....	35
2) Proyeksi .....	36
D. Karier .....	37
E. Penelitian yang Relevan .....	40
F. Kerangka Pikir .....	42

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian .....	44
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	45
C. Metode dan Teknik Pengumpulan Data .....	46
D. Instrumen Penelitian .....	48
E. Metode dan Teknik Analisis Data .....	52
F. Teknik Penentuan Keabsahan Data .....	52

a. Ketekunan Pengamatan .....	52
b. Triagulasi .....	53

#### BAB IV HASIL PEMBAHASAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian .....	55
1. Struktur Generik Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	55
a. Struktur Generik Berdasarkan Bentuk Wacana .....	56
b. Struktur Generik Berdasarkan Kelengkapan Unsur dan Variasinya .....	56
2. Karakteristik Bahasa Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	58
a. Transitivitas dalam Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	58
b. Makna Logikal dalam Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	59
3. Tujuan Sosial Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	61
B. Pembahasan .....	63
1. Struktur Generik Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	63
a. Struktur Generik Berdasarkan Bentuk Wacana .....	63
1) Struktur Generik Wacana Deduktif .....	63
2) Struktur Generik Wacana Induktif .....	68
b. Struktur Generik Berdasarkan Kelengkapan Unsur dan Variasinya .....	73
1) Struktur Generik Wacana Lengkap Sederhana .....	73
2) Struktur Generik Wacana Lengkap Kompleks .....	76
2. Karakteristik Bahasa Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	81
a. Transitivitas dalam Rubrik “Kompas Karier” Surat	

Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	81
1) Proses Material .....	82
2) Proses Mental .....	83
3) Proses Relasional .....	84
4) Proses Verbal .....	85
5) Proses Eksistensial .....	86
b. Makna Logikal dalam Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	87
1) Taksis .....	87
a) Parataksis .....	88
b) Hipotaksis .....	89
2) Logiko-Semantik .....	90
a) Ekspansi .....	90
b) Proyeksi .....	92
3. Tujuan Sosial Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	97
a. Tujuan Umum .....	97
b. Tujuan Khusus .....	100
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan .....	102
B. Saran .....	104
 DAFTAR PUSTAKA .....	105
LAMPIRAN .....	108



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Proses dan Segi Transitivitas dalam Bahasa Indonesia .....	29
Tabel 2 : Parataksis dan Hipotaksis .....	31
Tabel 3 : Jaringan SFL (Halliday dalam Wiedarti, 2005: 231) .....	33
Tabel 4 : Lima Tahapan Perkembangan Karier dan Hidup Super .....	38
Tabel 5 : Data yang Terpilih .....	46
Tabel 6 : Struktur Generik Berdasarkan Bentuk Wacana Kelengkapan Unsur dan Variasinya .....	49
Tabel 7 : Metafungsi Ideasional: Makna Eksperiensial dan Makna Logikal .....	50
Tabel 8 : Struktur Generik Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> Berdasarkan Bentuk Wacana .....	56
Tabel 9 : Struktur Generik Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> Berdasarkan Kelengkapan Unsur dan Variasi .....	58
Tabel 10 : Frekuensi Kemunculan Sistem Transitivitas Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	59
Tabel 11 : Frekuensi Kemunculan Sistem Taksis (Parataksis dan Hipotaksis) dan Sistem Logiko-Semanti (Ekspansi dan Proyeksi) dalam Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	60
Tabel 12 : Urutan Frekuensi Kemunculan Makna Logikal .....	61
Tabel 13 : Tujuan Sosial Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	62
Tabel 14 : Struktur Generik Wacana Deduktif .....	64
Tabel 15 : Struktur Generik Wacana Induktif .....	68
Tabel 16 : Keterkaitan Struktur Generik dan Karakteristik Bahasa .....	95

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Landasan Teori .....	8
Gambar 2 : Model Konteks Teks .....	14
Gambar 3 : Sistem Transitivity .....	25
Gambar 4 : Kerangka Pikir Analisis Genre .....	43
Gambar 5 : Kartu Data .....	51
Gambar 6 : Pengelompokan Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian <i>Kompas</i> .....	57
Gambar 7 : Struktur Generik Wacana Lengkap Sederhana .....	74
Gambar 8 : Struktur Generik Wacana Lengkap Kompleks .....	77

## DAFTAR SIMBOL

$\wedge$	: Urutan tahapan dalam struktur generik wacana
( )	: Urutan pilihan/manasuka
[ ]	: Urutan pengulangan
=	: Elaborasi
+	: Ekstensi
x	: Enhancemen
(“)	: Lokusi
(‘)	: Ide
1, 2, 3, dsb.	: Hubungan parataksis relasi antarklausa
$\alpha$ , $\beta$ , $\gamma$ , dsb.	: Hubungan hipotaksis relasi antarklausa
<i>Em</i>	: Empowerment
<i>Ra</i>	: Rapport
<i>NTK</i>	: Nilai Tambah Kreativitas
<i>TK</i>	: Terima Kasih
<i>Ah</i>	: Ahli
<i>DD</i>	: Dekat Di hati
<i>BB</i>	: Berbahagia
<i>Men</i>	: Mendengarkan
<i>Mar</i>	: Martabat
<i>PM</i>	: Pahlawan Modern

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Data Penelitian Analisis Genre Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar <i>Kompas</i> .....	108
Lampiran 2 : Sistem Transitivitas Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar <i>Kompas</i> .....	131
Lampiran 3 : Analisis Transitivitas Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar <i>Kompas</i> .....	177
Lampiran 4 : Sistem Logiko-Semantik Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar <i>Kompas</i> .....	275

# ANALISIS GENRE RUBRIK “KOMPAS KARIER” SURAT KABAR HARIAN *KOMPAS*

Oleh  
Annisa Krisdayanti  
NIM 10210141019

## ABSTRAK

Penelitian mengenai analisis genre rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* ini bertujuan untuk mendeskripsikan (1) struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*, (2) karakteristik bahasa dalam wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar *Kompas*, dan (3) tujuan sosial wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar *Kompas*.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah wacana-wacana yang terdapat dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* selama tahun 2013. Objek penelitian adalah struktur generik, karakteristik bahasa, dan tujuan sosial wacana dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*. Data diperoleh dengan metode simak, sedangkan teknik yang digunakan sadap-catat, dan sampel bertujuan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode padan dan distribusional. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *human instrument*, dan keabsahan data diperoleh dengan ketekunan pengamatan dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* dikelompokkan berdasarkan bentuk wacana, kelengkapan unsur dan variasinya. Berdasarkan bentuk wacana terdiri dari dua struktur, yaitu struktur generik wacana deduktif dan struktur generik wacana induktif. Berdasarkan kelengkapan unsur dan variasinya terdiri atas dua struktur, yaitu struktur lengkap sederhana dan struktur lengkap kompleks. Wacana lengkap sederhana dan kompleks dibedakan berdasarkan ada tidaknya kemunculan unsur pilihan. Struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” yang dikategorikan sebagai wacana berstruktur lengkap sederhana memiliki formula sebagai berikut: **tesis<sup>^</sup> argumen<sup>^</sup> reiterasi**. Sementara struktur generik wacana yang dikategorikan sebagai wacana berstruktur lengkap kompleks memiliki formula sebagai berikut: (contoh pengalaman)<sup>^</sup> **tesis<sup>^</sup> argumen<sup>^</sup>** [(contoh pengalaman)]<sup>^</sup> [argumen]<sup>^</sup> **reiterasi**; (2) karakteristik bahasa wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* pada sistem transitivitas didominasi oleh proses material (37.08%). Sementara itu, penggunaan sistem logiko-semantik pada rubrik “Kompas Karier” untuk klausa parataksis didominasi oleh ekspansi jenis ekstensi (29.60%), dan pada klausa hipotaksis didominasi oleh ekspansi jenis enhancemen (44.70%); (3) tujuan sosial wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus.

Kata kunci: analisis genre, *Kompas*, dan karier

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bagian pendahuluan ini berisi latar belakang masalah, fokus permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan batasan istilah operasional. Berikut penjelasan bagian-bagian pendahuluan.

### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia tidak pernah terlepas dari sebuah teks. Teks dapat berupa gambar, lisan maupun tulisan. Teks digunakan manusia untuk berinteraksi dengan sesama. Teks-teks tersebut digunakan untuk menyampaikan suatu gagasan, ide, pendapat, maupun pandangan si penulis kepada seseorang (pembaca) yang ditujukan. Selain itu, teks juga dapat menjadi media yang efektif dalam memotivasi pembaca mengenai suatu hal.

Sudah banyak digunakan media teks dalam memotivasi pembaca. Hal ini karena media teks tersebut dapat menjangkau ke seluruh lapisan masyarakat. Untuk memotivasi seseorang (pembaca) tentunya tidak hanya memberikan motivasi dan pendapat begitu saja, si penulis juga harus memberikan alasan atau fakta-fakta terkait dengan tujuan si penulis. Alasan atau fakta-fakta ini bertujuan untuk memperkuat pendapatnya mengenai suatu fenomena yang ada. Salah satu contoh teks yang digunakan sebagai motivator adalah teks mengenai masalah seputar karier.

Sejumlah pakar memberikan kontribusi mengenai teori karier itu sendiri. Teori yang terkenal mengenai karier ini adalah Teori Perkembangan Karier yang diungkapkan oleh Donald E. Super. Pengertian karier menurutnya adalah sebagai suatu rangkaian pekerjaan-pekerjaan, jabatan-jabatan, dan kedudukan

yang mengarah pada kehidupan dalam dunia kerja (Sukardi, 1987: 17). Teori karier juga diungkapkan oleh Soetjipto, dkk. (2002: 276) bahwa karier merupakan bagian dari perjalanan hidup seseorang, bahkan bagi sebagian orang merupakan suatu tujuan hidup.

Begitu pentingnya karier bagi kehidupan seseorang, maka pembicaraan tentang karier tidak ada habisnya. Hal ini menyebabkan banyak pula teks-teks yang memuat berbagai hal mengenai karier, termasuk teks berupa wacana yang memberikan motivasi kepada pembacanya. Wacana tersebut memuat alasan-alasan dan fakta-fakta tentang fenomena dunia karier yang sedang terjadi. Contoh wacana yang digunakan dalam memotivasi seseorang terdapat di salah satu rubrik surat kabar harian *Kompas* yang terbit setiap hari sabtu, yaitu rubrik “Kompas Karier”. Teks tersebut berisi pandangan, gagasan, dan motivasi mengenai fenomena dunia karier di Indonesia.

Melalui media teks, si penulis dapat memotivasi dan memberikan pandangannya kepada pembaca. Sebenarnya, teks berisi pesan yang diwujudkan ke dalam kalimat. Selain itu, teks juga harus memiliki tujuan dan situasi sosial tertentu. Hal tersebut dikenal sebagai genre. Genre sebuah wacana dapat diteliti melalui perwujudan metafungsi bahasa, yaitu interpersonal, ideasional, dan tekstual. Penelitian ini terkait dengan mekanisme bagaimana sebuah bahasa digunakan bagi keperluan persuasi, motivasi berdasarkan teori genre. Oleh karena itu, penelitian ini hanya memfokuskan dalam bidang ideasional dan tekstual.

Wacana dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* dapat dikategorikan sebagai genre. Wacana-wacana tersebut memiliki tujuan dalam pembuatannya. Penulis menyampaikan informasi, pendapat, saran, dan kritikan



dengan tujuan agar pembaca memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam dunia kerja yang ada di Indonesia saat ini.

Seiring dengan perkembangan zaman, informasi dapat diperoleh tidak hanya dalam bentuk media cetak, tetapi juga dapat diperoleh melalui media elektronik. Oleh karena itu, untuk mempermudah dalam penelitian, maka data yang digunakan diperoleh dengan mengakses <http://www.kompaskarier.com/>. Selain lebih efektif dalam pencarian data, dengan mengakses ini juga lebih efisien dalam perekaman data tertulis. Oleh karena terdapat beberapa motivator yang menyumbangkan pemikirannya dalam *website* tersebut, maka penelitian ini memfokuskan kepada salah satu motivator yaitu Eileen Rahman, seorang psikolog lulusan UI.

Berdasarkan uraian di atas, wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* sangat penting diteliti dikarenakan dalam hal memotivasi pembaca terhadap masalah seputar karier menggunakan media teks belum pernah dilakukan, sementara masalah-masalah seputar karier tersebut tidak pernah terlepas dari kehidupan manusia. Penelitian ini menggunakan makna ideasional, yaitu memandang teks sebagai representasi dan sebagai pesan. Objek penelitian ini disinyalir sebagai bentuk representasi penulis tentang hal-hal yang terjadi, baik pengalaman pribadi maupun kejadian di lingkungan dunia kerja saat ini. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan makna tekstual. Sebagai wacana tertulis, wacana tersebut sebagai pembawa pesan khusus yang ditujukan kepada pembaca (masyarakat). Melalui analisis terhadap klausa representasi dan klausa sebagai pesan, diharapkan dapat mengetahui struktur generik, karakteristik bahasa dan tujuan sosial dalam wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*.

## B. Fokus Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, penelitian ini dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang berkaitan dengan genre. Kemungkinan masalah yang teridentifikasi meliputi struktur generik wacana, karakteristik bahasa, tujuan sosial wacana, deiksis, serta register dalam wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*.

Permasalahan yang teridentifikasi di atas dipandang terlalu luas. Agar penelitian lebih fokus dan terarah, maka masalah-masalah tersebut perlu dibatasi. Oleh karena itu, penelitian ini membatasi topik yang diteliti berdasarkan tujuan teks yang dipandang sebagai representasi dan sebagai pesan. Masalah-masalah yang dibatasi meliputi sebagai berikut: (1) struktur generik yang terdapat dalam wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*; (2) karakteristik bahasa dalam wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*; dan (3) tujuan sosial yang diperoleh dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*.

Struktur generik berguna untuk menjelaskan fungsi atau tujuan sosial dari suatu genre. Melalui analisis struktur generiknya, teks dapat dibedakan genrenya. Karakteristik bahasa diperoleh melalui sistem transitivitas dan sistem makna logikal. Sistem transitivitas digunakan untuk menemukan jumlah proses dan proses dominan yang digunakan dalam wacana. Sementara itu, sistem makna logikal untuk mengetahui hubungan klausa dalam wacana. Tujuan sosial berisi mengenai tujuan wacana rubrik “Kompas Karier” yang dibuat oleh penulis.

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus permasalahan yang diidentifikasi di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*.
2. Mendeskripsikan karakteristik bahasa dalam wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*.
3. Mendeskripsikan tujuan sosial dalam wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*.

### D. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoretis maupun praktis, bagi mahasiswa UNY pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Manfaat-manfaat tersebut antara lain sebagai berikut.

#### 1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran bagi Kompas.com maupun surat kabar lainnya yang memiliki rubrik senada mengenai genre teks, sehingga ke depannya diharapkan dapat menghasilkan tulisan yang lebih baik lagi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca maupun peneliti mengenai jenis teks baru dan dapat dijadikan sebagai bahan studi lanjutan yang relevan bagi penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berhubungan dengan pendidikan, khususnya kurikulum 2013 yang berbasis teks, bahwa pengembangan karier sudah dimulai sejak dini. Penelitian ini juga diharapkan memberi pengetahuan bagi guru-guru, khususnya guru BP dalam memberikan arahan pengembangan karier maupun guru bahasa dalam pembelajaran berbasis teks karena teks dalam bimbingan karier merupakan temuan jenis teks baru.

## **E. Batasan Istilah Operasional**

Agar tidak menimbulkan kesalahan persepsi, maka perlu diberikannya batasan istilah dalam penelitian ini. Batasan istilah yang berhubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut.

### 1. Genre

Genre adalah satuan peristiwa komunikasi yang diorientasikan pada pencapaian tujuan tertentu dalam suatu proses sosial dan berbentuk teks, baik gambar, lisan maupun tulisan.

### 2. Karier

Karier sering didefinisikan sebagai jabatan atau rangkaian aktivitas hidup seseorang dalam mencapai kebahagiaan hidup yang mengarah pada kehidupan dalam dunia kerja. Karier juga dapat didefinisikan sebagai bagian dari perjalanan hidup seseorang, bahkan bagi sebagian orang merupakan suatu tujuan hidup.

### 3. Rubrik “Kompas Karier”

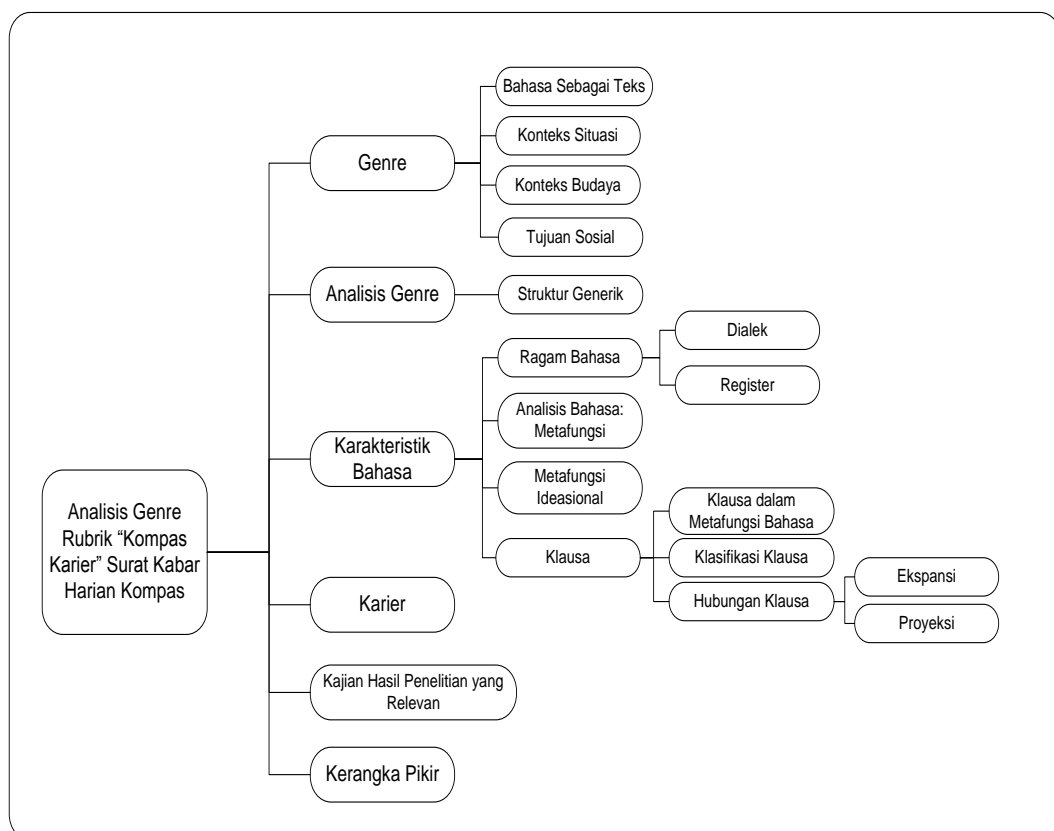
Rubrik “Kompas Karier” merupakan salah satu rubrik surat kabar harian *Kompas* yang berisi kumpulan wacana yang dimaksudkan untuk memberi masukan kepada pembaca (masyarakat) seputar dunia kerja yang ada di Indonesia.

### 4. *Kompas*

*Kompas* adalah salah satu surat kabar Indonesia yang diterbitkan oleh PT. Kompas Media Nusantara yang merupakan bagian dari Kelompok Kompas Gramedia.

## BAB II KAJIAN TEORI

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan sebagai landasan adalah genre, analisis genre, karakteristik bahasa, dan karier. Genre meliputi pengertian, bahasa sebagai teks, konteks situasi, konteks budaya, dan tujuan sosial. Analisis genre meliputi struktur generik. Karakteristik bahasa meliputi ragam bahasa: dialek dan register; analisis bahasa: metafungsi; metafungsi ideasional; klausa: klausa dalam metafungsi bahasa, klasifikasi klausa, dan hubungan antarklausa: hubungan ekspansi dan hubungan proyeksi. Selain itu, juga dibahas tentang definisi dan teori tentang karier secara singkat, kerangka pikir, dan penelitian yang relevan. Berikut skema landasan teori dalam penelitian ini.



**Gambar 1. Landasan Teori**

## A. Genre

Teks terdiri dari makna-makna yang diwujudkan dalam bentuk rangkaian kata, frasa, klausa, atau kalimat. Pesan atau makna tersebut memiliki hubungan sistematis antara unsur pembangunnya yang membentuk keseluruhan teks. Selain mengandung pesan, teks tersebut memiliki tujuan dan situasi sosial tertentu yang masing-masing situasinya memiliki sebuah tipe verba tertentu sebagai pengembang sebuah teks. Hal ini lebih dikenal sebagai genre.

Martin (1984: 250) mendefinisikan genre sebagai satuan peristiwa yang diorientasikan atau diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu dalam proses sosial. Definisi tersebut menjelaskan bahwa genre terkait dengan tujuan sosial teks, struktur teks dan unsur kebahasaan teks bersangkutan.

Menurut Swaies (1990) dalam Djajasudarma (2012: 27), "suatu genre terdiri atas satuan peristiwa-peristiwa komunikatif, yang para anggotanya bersama-sama memiliki beberapa perangkat tujuan komunikatif." Tujuan-tujuan yang diperkenalkan oleh anggota masyarakat wacana induk tersebut merupakan dasar pemikiran (rasional) bagi genre. Unsur rasional ini membentuk struktur skematik wacana dan mempengaruhi pemilihan isi dan gaya.

Martin dalam Eggins dan Slade (1997: 56) memberikan konsep genre sebagai *"staged, goal oriented, purposeful activity in which speakers engage as member of a given culture"*. Sebagai *Stage*, genre diwujudkan dalam langkah-langkah (*step*) karena partisipan membutuhkan lebih dari satu langkah untuk mencapai tujuan mereka. Sebagai *goal oriented*, dalam sebuah teks secara khas bergerak melalui serangkaian langkah menuju ke bagian penutupan, dan apabila bagian puncaknya tidak tercapai maka dianggap tidak lengkap. Sebagai *purpose*



*activity*, artinya suatu genre dibuat oleh masyarakat tertentu untuk merealisasikan tujuan sosial yang ingin dicapai oleh masyarakat tersebut.

Dari penjelasan di atas, genre dapat didefinisikan sebagai peristiwa komunikatif yang terdiri atas langkah-langkah (*steps*) yang memiliki tujuan komunikatif tertentu dalam suatu proses sosial dan bahasa digunakan sebagai sarana mencapai tujuan tersebut.

### **1. Bahasa Sebagai Teks**

Ilmu bahasa dalam pandangan semiotik sosial adalah ilmu yang memandang bahasa sebagai suatu sistem makna dengan batasan sistem sosial, dalam hal ini adalah kebudayaan. Dengan demikian, untuk memahami suatu bahasa perlu dilakukannya kajian teks.

Halliday dan Hasan (1994: 13) memberikan gambaran tentang teks sebagai bahasa yang berfungsi. Maksudnya, bahasa (baik tulisan, lisan maupun sesuatu yang dapat digunakan dalam menyatakan sebuah pemikiran (*nonverbal*)) yang digunakan mengandung konteks situasi yang menyertainya dalam rangka untuk memahami makna di dalamnya. Oleh karena itu, teks bersifat sebagai satuan makna.

Teks yang bersifat sebagai satuan makna harus dipandang sebagai hasil atau produk, maupun sebagai proses. Teks sebagai produk memiliki arti bahwa teks merupakan keluaran (*output*), sesuatu yang dapat direkam dan dipelajari, karena mempunyai susunan tertentu yang dapat diungkapkan dengan peristilahan yang sistematis. Teks sebagai proses maksudnya proses pemilihan makna yang terus-menerus, sesuatu perubahan melalui jaringan tenaga makna,

dengan setiap perangkat pilihan yang membentuk suatu lingkungan bagi perangkat yang lebih lanjut (Halliday dan Hasan, 1994: 14).

Dalam sudut pandang semiotik sosial, Halliday dan Hasan (1994: 15) melihat teks dari segi 'prosesnya' sebagai peristiwa yang timbal balik, suatu pertukaran makna yang bersifat sosial. Teks itu sendiri merupakan objek dan juga merupakan contoh makna sosial dalam konteks situasi tertentu. Teks adalah hasil lingkungannya, hasil suatu proses pemilihan makna yang terus-menerus, yang dapat digambarkan sebagai jalan setapak atau jalan kecil melalui jaringan-jaringan yang membentuk suatu sistem kebahasaan.

## 2. Konteks Situasi

Dalam mengkaji suatu teks, teks tidak terlepas dari konteks yang menyertai teks tersebut. Hubungan antara teks dan konteks bersifat dialektik, yaitu teks menciptakan konteks persis sebagaimana halnya konteks menciptakan teks, sedangkan 'makna' timbul dari pertemuan keduanya (Halliday dan Hasan, 1994: 64).

Malinowski (dalam Halliday dan Hasan, 1994: 8) memperkenalkan dua gagasan yang disebut konteks situasi dan konteks budaya. Konteks situasi adalah lingkungan langsung tempat teks itu benar-benar berfungsi. Konteks situasi yang dimaksud adalah satu kesatuan konteks yang dibangun oleh *field* (topik yang dibicarakan), *tenor* (hubungan interpersonal interlokutor), dan *mode* (jalur komunikasi lisan/tulis) (Halliday dan Hasan, 1994: 16).

*Field* (medan) menunjuk pada hal yang sedang terjadi, pada sifat tindakan sosial yang sedang berlangsung, apa yang sedang dilakukan oleh para

partisipan dengan menggunakan bahasa sebagai medianya, di mana dan kapan kejadian tersebut, serta bagaimana kejadiannya (Santoso, 1996: 48). *Field* dalam suatu wacana terealisasi melalui sistem transitivitas, kelompok verbal dan nominal (dalam tataran klausa), kohesi, koherensi dan urutan aktivitas. *Field* dalam penelitian ini adalah memberi motivasi melalui media bahasa mengenai berbagai topik yang berhubungan dengan karier.

*Tenor* (pelibat) menunjuk pada orang-orang yang mengambil bagian, sifat-sifat partisipan, kedudukan dan peranan mereka: jenis-jenis hubungan peranan apa yang terdapat di antara para partisipan, termasuk hubungan-hubungan tetap dan sementara, baik jenis peranan tuturan yang mereka lakukan dalam percakapan maupun rangkaian keseluruhan hubungan-hubungan yang secara kelompok mempunyai arti penting yang melibatkan mereka. Menurut Sumarlam, dkk. (2003: 172), *tenor* berhubungan dengan pihak-pihak yang ada dalam wacana yang meliputi afek (pilihan leksisnya; apakah bersifat deskriptif atau *attitudinal*), status (berhubungan dengan pilihan penulis dalam penempatan dirinya lebih tinggi, sejajar, atau lebih rendah dari pembaca dengan menggunakan laksis), kontak (berkaitan dengan tingkat keterbacaan (*readability*) teks. *Tenor* dalam penelitian ini yaitu Eileen Rahman sebagai seseorang yang ahli di bidang karier melalui perspektif psikologi dan pembaca "Kompas Karier".

*Mode* (sarana wacana) berhubungan dengan peranan yang dimainkan oleh bahasa dalam merealisasikan aksi sosial: organisasi simbolik teks, kedudukan yang dimilikinya, dan fungsinya dalam konteks, termasuk saluran (bahasa yang digunakan lisan, tulis, atau gabungan) dan medium atau sarana ekspresi bahasa (*audio*, *audio-visual*, *visual* cetak, atau langsung). Selain itu juga *mode* retorikanya, yaitu apa yang akan dicapai teks berkenaan dengan pokok

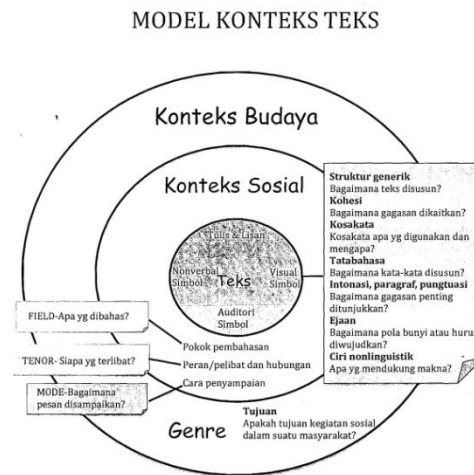
pengertian seperti bersifat membujuk, menjelaskan mendidik, dan sebagainya. (Halliday dan Hasan, 1994: 16). Mode penelitian ini yaitu rubrik “Kompas Karier” yang digunakan sebagai media bagi keperluan persuasi.

### 3. Konteks Budaya

Selain konteks situasi, masih ada latar belakang yang lebih luas lagi dalam menafsirkan teks, yaitu konteks budaya. Konteks budaya mengacu pada nilai yang dianut oleh sekelompok masyarakat. Halliday dan Hasan (1994: 63) menyebutkan bahwa setiap konteks situasi yang sebenarnya, susunan medan tertentu, pelibat, dan sarana yang telah membentuk teks itu, menjadi suatu keutuhan yang secara khas bergandengan dalam suatu budaya. Orang melakukan tertentu dan memberinya makna dan nilai; inilah yang disebut dengan kebudayaan.

Martin (1986) dalam Saragih (2003) menyebutkan bahwa konteks budaya dibatasi sebagai kegiatan sosial yang bertahap dan berorientasi tujuan. Budaya pemakai bahasa menetapkan apa yang boleh dilakukan oleh partisipan tertentu dengan cara tertentu pula. Oleh karena itu, konteks budaya secara rinci menetapkan bentuk unsur isi, pelibat, dan cara. Konteks budaya juga menetapkan tahap-tahap (*stages*) yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan sosial suatu teks. Langkah atau tahap itu disebut struktur teks (*generic atau schematic structures*). Berdasarkan tujuan sosialnya, teks dapat dikelompokkan ke dalam beberapa jenis, seperti argumentasi, diskusi, laporan, dan narasi, yang masing-masing memiliki struktur tertentu (Rosmawaty dalam

LITERA, 2011: 78). Berikut Gambar 2 yang menampilkan keterkaitan konteks budaya dalam suatu genre.



**Gambar 2. Model Konteks Teks**

#### **4. Tujuan Sosial**

Setiap genre, baik lisan maupun tulis, selain memiliki bentuk kekhasan pastilah mempunyai suatu kelompok masyarakat kebudayaan tertentu yang direalisasikan dalam tujuan tertentu. Masyarakat yang menjadi anggota dalam komunitas kebudayaan, mau tidak mau harus pula belajar untuk mengakui pelibat serta perwujudan bahasanya. Misalnya, untuk dapat memahami sastra pada kurun waktu tertentu, peneliti harus juga memahami media genre, tahapan kegiatan sosial, termasuk perwujudan bahasanya sehingga tujuan sosialnya dapat diketahui.

## **B. Analisis Genre**

Genre digunakan untuk menganalisis bahasa pada saat bahasa itu sedang berperan dalam menyelesaikan sesuatu. Seperti dalam naratif, eksposisi, puisi, ceramah, resep, temulayan, siaran berita, dan wacana rubrik Kompas Karier. Analisis genre menyoroti bahwa setiap peristiwa kebahasaan memiliki tiga hal pokok, yakni: (1) tahapan peristiwa yang dapat dipetakan untuk menghasilkan struktur generik teks secara jelas sedangkan bahasanya dapat diketahui melalui satuan-satuan lingual yang dilakukan pelibatnya untuk bernegosiasi. (2) Tujuan sosial diperoleh dan disimpulkan setelah mengetahui tahapan peristiwa dan karakteristik bahasanya, dan (3) karakteristik bahasanya untuk menentukan tujuan sosial pada tahapan peristiwanya.

Martin dalam Sinar (2002: 56-57) juga mengemukakan bahwa genre merupakan sebuah istilah untuk menggambarkan ide dari konteks pikiran yang berdiri sebagai sebuah sistem semiotik di luar bahasa serta bukan merupakan bagian dari register melainkan satu level di atasnya. Dalam hal ini, hubungan antara genre, register, dan bahasa sangat erat, yaitu bahwa genre direalisasi melalui bahasa dan register, sementara register direalisasi melalui bahasa.

Menurut Bhatia (2002: 6), analisis genre berarti menyelidiki artefak tekstual dalam konteks dan disiplin tertentu, prosedur dan budaya dalam upaya memahami bagaimana bagian dari suatu komunitas masyarakat wacana membangun, memaknai, dan menggunakan genre untuk mencapai tujuan komunitas masyarakat dan mengapa mereka menulis dengan cara mereka.

Ada empat komponen penting menurut Bhatia (2002: 6) dalam penggunaan bahasa. Keempat komponen itu antara lain:

- Purposes* : tujuan masyarakat yang dilembagakan dan tujuan komunikatif
- Products* : artefak tekstual atau genre
- Practices* : praktik diskursif, prosedur dan proses
- Players* : keanggotaan komunitas wacana

Kehadiran keempat komponen ini sangat penting dalam sebuah proses berbahasa, baik secara tertulis maupun lisan. *Purposes* terkait dengan tujuan yang ingin dicapai penulis, *products* terkait dengan hasil tulisan yaitu teks, *practices* terkait dengan langkah-langkah yang diambil penulis untuk mencapai *purposes*, dan *players* berkaitan dengan pelibat wacana.

Wacana dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* dapat dikategorikan sebagai genre. Wacana-wacana tersebut memiliki tujuan dalam pembuatannya. Penulis menyampaikan informasi, pendapat, saran, dan kritikan dengan tujuan agar pembaca memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam dunia kerja yang ada di Indonesia saat ini. Dari pengetahuan dan pengalaman yang didapat tersebut, diharapkan pembaca dapat memilih pekerjaan yang tepat sesuai dengan diri sendiri dan situasi dunia kerja saat ini. Selain itu, wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* juga memiliki struktur wacana yang khas dan konvensional. Bentuk teksnya berupa fakta-fakta, pendapat, dan saran kepada pembaca.

### **1. Struktur Generik**

Teks dapat dibedakan genrenya berdasarkan dari struktur generiknya (*generic structure*). Masing-masing genre tersebut memiliki kecenderungan untuk berkembang menjadi langkah-langkah atau struktur peristiwa linguistik. Langkah-



langkah tersebut, oleh Eggins (2004) disebut sebagai *schematic structure*. Secara umum generik struktur teks berupa pembukaan (*opening*), isi (*body*), dan penutup (*closing*) (Santoso, 1996: 127-128).

Eggins dan Slade (1997: 231-235) menentukan 6 tahapan yang digunakan untuk menganalisis struktur generik teks. Keenam tahapan tersebut, antara lain sebagai berikut.

a. Mengenali atau menentukan penggalan teks (*chunck*)

Ada dua faktor penentu yang menunjukkan suatu segmen dalam percakapan yaitu suatu penggalan teks yang diterima dalam deskripsi umum. Dua faktor adalah (i) ketika seorang partisipan mengambil alih dan memutuskan untuk mendominasi percakapan dalam satu periode yang lama, dan (ii) ketika suatu penggalan teks menunjukkan suatu langkah (*step*) yang dapat diprediksikan (Eggins dan Slade, 1997: 231).

b. Mendefinisikan tujuan sosial dan label genre

Langkah kedua dalam menganalisis struktur generik teks adalah dengan menjelaskan fungsi atau tujuan sosial suatu genre. Misalnya, fungsi utama genre untuk menghibur, gosip (menggunjing), ataukah untuk bertukar pendapat. Lebih lanjut, diperlukan cara untuk mengidentifikasi teks yang dibangun berdasarkan kenyataan sosial: tindakan sosial yang dimaksud dan bagaimana sikap serta nilai dibentuk dan dicerminkan dalam teks. Setelah tujuan sosial teks didefinisikan, label fungsional genre diperlukan untuk melengkapi. Seperti dalam beberapa jenis teks dongeng, label diperlukan untuk lebih mengkhususkan, misalnya cerita (*story*) (Eggins dan Slade, 1997: 233).

c. Mengidentifikasi dan membedakan langkah-langkah dalam suatu genre

Suatu genre dibentuk berdasarkan beberapa unsur pokok. Langkah ketiga ini bertujuan untuk mengidentifikasikan unsur pokok dan menjelaskan hubungan keterkaitannya sebagai satu kesatuan teks. Hal ini dapat dicapai dengan menggunakan label fungsional dalam deksripsi generik.

Dalam penelitian ini, wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* termasuk ke dalam genre eksposisi analitik. Langkah-langkah yang dalam eksposisi analitik secara garis besar berupa tesis, argumen, dan reiterasi. Tesis bertujuan penjelasan topik yang diangkat dalam wacana. Argumen berisi mengenai pendapat si penulis yang berkaitan dengan topik yang diangkat. Reiterasi merupakan simpulan dan penjelasan ulang isi dari wacana secara singkat.

d. Mengategorikan unsur wajib dan pilihan dalam teks

Unsur wajib dalam struktur generik dapat didenifisikan sebagai elemen utama yang harus ada dalam suatu genre. Sebagai contoh dalam penelitian wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*, elemen tesis, argumen, dan reiterasi harus ada. Sementara itu, unsur pilihan adalah unsur yang kehadirannya tidak wajib. Dalam penelitian ditemukan unsur pilihan berupa contoh pengalaman (Eggins dan Slade, 1997: 234).

e. Menentukan sebuah formula struktural

Langkah selanjutnya dalam analisis generik adalah menentukan formula struktural untuk mendeskripsikan genre. Hal tersebut ditunjukkan dengan menuliskan simbol ^ yang diletakkan diantara kedua unsur garis lurus. Tujuannya untuk mengidentifikasi urutan dan keterkaitan antarunsur. Unsur pilihan sering ditandai dengan kurung besar ( ), dan unsur pengulangan diletakkan pada tanda kurung siku [ ] (Eggins dan Slade, 1997: 234).

f. Menganalisis ciri semantik dan leksikogramatikal untuk setiap langkah dalam suatu genre

Bidang kajian leksikogramatikal adalah kata atau leksikon yang dihubungkan dengan satuan gramatika yang terdiri dari morfem, kata, frase, dan klausa atau kalimat. Bidang ini erat kaitannya dengan modus dan modalitas. Sementara itu dalam wacana (semantik), kerangka kajian bahasa menyoroti arti atau makna bahasa, terbagi atas ideasional, interpersonal, dan tekstual (Eggins dan Slade, 1997: 235).

### **C. Karakteristik Bahasa**

Kridalaksana dalam Chaer (1994: 32) mendefinisikan bahasa sebagai sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri. Dari definisi tersebut, Chaer berkesimpulan bahwa bahasa itu pada hakikatnya bersifat atau ciri sebagai sebuah sistem, berwujud lambang, berupa bunyi,

arbitrer, bermakna, konvensional, unik, universal, produktif, bervariasi, dinamis, dan manusiawi (Chaer, 1994: 33-58).

Bahasa merupakan suatu sistem lambang yang berwujud bunyi-bahasa lisan, karena pada mulanya bahasa hanya dilisankan atau diucapkan saja. Dalam linguistik, yang disebut bahasa, yang primer, adalah yang diucapkan, sedangkan bahasa yang dituliskan hanyalah bersifat sekunder. Oleh karena bahasa adalah sistem lambang berwujud bunyi, maka sebagai lambang tentu ada yang dilambangkan, yaitu konsep, ide, atau pikiran, sehingga bahasa memiliki makna di dalamnya.

Bahasa sebagai sebuah sistem bersifat sistematis dan sistemis. Dengan sistematis, bahasa itu tersusun dari suatu pola; tidak tersusun secara acak atau sembarangan. Sementara sistemis, artinya bahasa bukan sebuah sistem tunggal tetapi terdiri dari sub-sistem, antara lain subsistem fonologi, morfologi, sintaksis, dan semantik.

Bahasa dikatakan unik namun juga universal. Maksudnya, setiap bahasa memiliki ciri khas yang spesifik yang masing-masing tidak dimiliki oleh bahasa lainnya. Namun demikian, dari setiap bahasa itu juga memiliki ciri umum, yaitu semua bahasa memiliki bunyi bahasa yang terdiri dari konsonan dan vokal. Bahasa juga bersifat arbitrer artinya hubungan antara lambang dengan yang dilambangkannya tidak bersifat wajib, bisa berubah. Meski begitu, bahasa juga bersifat konvensional, artinya setiap penutur suatu bahasa akan mematuhi hubungan antara lambang dengan yang dilambangkan.

Bahasa bersifat produktif, artinya dengan sejumlah unsur yang terbatas, dapat dibuat satuan-satuan ujaran yang hampir tidak terbatas. Oleh karena itu,

dapat dikatakan bahasa itu dinamis, maksudnya bahasa memiliki keterikatan dan keterkaitannya dengan manusia yang dalam kehidupannya di dalam masyarakat kegiatan manusia itu tidak tetap dan selalu berubah. Bahasa juga bervariasi dikarenakan manusia yang menggunakannya pun terdiri dari latar belakang budaya dan status sosial yang bervariasi. Selain bervariasi, bahasa juga manusiawi karena hanya manusia yang dapat memiliki dan menggunakan bahasa itu.

## **1. Ragam Bahasa**

Masyarakat yang tidak homogen dikarenakan latar belakang budaya dan status sosial yang beragam mengakibatkan bahasa yang tercipta bervariasi satu sama lain. Sesuai dengan pendapat Chaer dan Agustina (2004: 6) bahwa terjadinya keragaman atau kevariasian bahasa itu tidak hanya disebabkan oleh para penuturnya yang tidak homogen, tetapi juga karena kegiatan interaksi yang mereka lakukan sangat beragam.

Variasi bahasa dapat dibedakan menjadi dua, yaitu (1) variasi bahasa berdasarkan pemakainya yang disebut dengan dialek, dan (2) variasi bahasa berdasarkan pemakaiannya atau penggunaannya yang biasa disebut dengan register (Chaer dan Agustina, 2004: 62).

### **a. Dialek**

Dialek atau variasi dialektikal, dapat didefinisikan sebagai variasi bahasa berdasarkan pemakainya. Dengan kata lain, dialek merupakan bahasa yang biasa digunakan oleh pemakainya, yang pada dasarnya tergantung pada siapa pemakainya itu; dari mana pemakainya berasal, baik secara geografis dalam hal

dialek regional, ataupun secara sosial dalam kaitannya dengan dialek sosial (Halliday dan Hasan, 1994: 56).

#### b. Register

Register dapat didefinisikan sebagai ragam bahasa berdasarkan pemakaiannya. Dengan kata lain, register adalah bahasa yang digunakan ini, tergantung pada apa yang sedang dikerjakan dan sifat kegiatannya. Register itu mencerminkan aspek lain dari tingkat sosial, yaitu proses sosial yang merupakan macam-macam kegiatan sosial yang melibatkan orang (Halliday dan Hasan, 1994: 56).

Register menurut Halliday (dalam Sumarlam, dkk., 2003: 171-172) merupakan suatu konsep semantik yang dihasilkan oleh suatu konfigurasi kontekstual antara *field* (medan), *tenor* (pelibat), dan *mode* (sarana). Jadi, register bukan semata-mata suatu konsep yang hanya berbicara tentang bentuk (*form*) melainkan juga makna yang dipengaruhi oleh tiga hal. *Pertama*, kegiatan yang tengah terjadi yang mencakup di dalamnya bahasa yang dipakai, kapan dan di mana kejadian itu berlangsung. *Kedua*, siapa saja yang terlibat dalam kegiatan ini termasuk juga peran dan status sosialnya yang tentunya akan berpengaruh pada pemilihan bahasanya. *Ketiga*, saluran dari komunikasi yang dalam hal ini bisa berupa lisan, tulis, atau gabungan dan juga sarananya yang bisa berupa audio, visual, atau audiovisual.

## 2. Analisis Bahasa: Metafungsi

*Systemic Functional Linguistic* (SFL) merupakan salah satu aliran kajian bahasa fungsional yang mengkaji makna suatu teks. Dalam Tomasowa (1994: 36), dikatakan SFL bersifat fungsional dalam intepretasinya tentang teks, sistem dan unsur dari struktur linguistik yang senantiasa dibandingkan dengan penggunaan bahasa yang sebenarnya. Yang mendasari teori ini bersifat fungsional karena dalam memahami makna, teks tidak dipandang sebagai bagian-bagian yang terpisah tetapi dipandang keseluruhan secara bersama dengan beberapa sudut pandang yang berbeda (Halliday dan Hasan, 1994: 32).

Dalam pendekatan ini, unit terkecil dalam analisis bahasa adalah klausa dikarenakan setiap pemikiran seseorang diwujudkan dalam sebuah klausa. Ketika ide-ide yang disampaikan seseorang itu kompleks, maka akan dihasilkan klausa kompleks. Teori yang dipelopori oleh M.A.K Halliday ini, memandang bahasa sebagai suatu pilihan makna yang meliputi metafungsi ideasional, interpersonal, dan tekstual, yang masing-masing diungkapkan melalui transitif, modus, dan struktur tema-rema dalam sebuah klausa (Tomasowa, 1994: 35).

Realisasi *textual meaning* dapat dihubungkan dengan *mode* dari teks dan direalisasikan melalui pola *theme* dalam tatabahasa. Komponen interpersonal meaning dapat dihubungkan dengan *tenor* dalam teks dan terealisasi melalui pola *mood* dalam tatabahasa. Komponen ideasional dapat dihubungkan dengan *field* dalam teks, hal ini terealisasi melalui pola transitivitas dan klausa kompleks dalam tatabahasa (Halliday dalam Eggins, 2004: 111).

Metafungsi ideasional diwujudkan dalam representasi pengalaman penulis yang terealisasi melalui pola transitivitas dan klausa kompleks. Fungsi

klausa yang mengungkapkan aspek pengalaman dari makna disebut sebagai sistem transitif. Transitivitas direalisasikan dalam bentuk hubungan paradigmatis dan sintagmatik dalam suatu klausa (Tomasowa, 1994: 38).

Wiedarti (2005: 227) menjelaskan sifat-sifat yang dimiliki oleh SFL lebih bersifat deskripsi, retorik, aktual, dan fungsional yang menekankan pada analisis teks daripada kalimat.

SFL bersifat deskriptif, pendekatannya lebih ke arah linguistik terapan daripada linguistik murni, lebih bersifat retorik daripada logis, bersifat aktual daripada ideal, bersifat fungsional daripada formal, menekankan pada teks daripada kalimat, menekankan analisis teks sebagai tindakan, dan teori bahasa diartikan sebagai alat untuk menyelesaikan sesuatu hal (Wiedarti, 2005: 227).

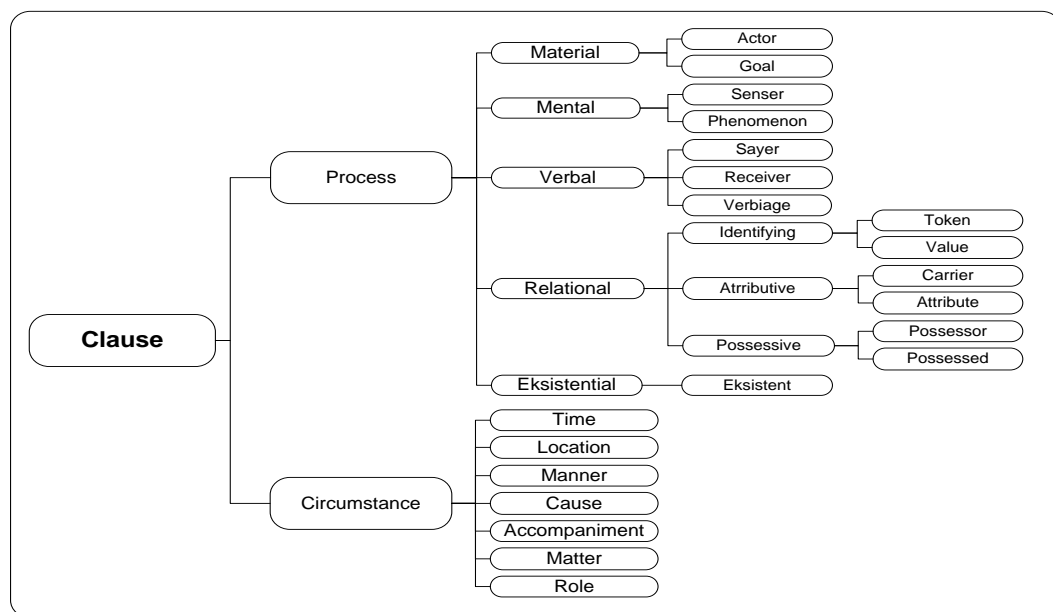
### 3. Metafungsi Ideasional

Komponen ideasional terbagi lagi atas dua kelompok, yaitu makna eksperiensial dan makna logikal. Makna eksperiensial memandang klausa sebagai representasi (penggambaran) dari pengalaman yang dimiliki oleh individu dalam kelompok masyarakat. Ada satu sistem utama yang terlibat dalam pemaknaan ini yaitu sistem transitivitas. Analisis transitivitas sebuah klausa berkaitan dengan tiga aspek, yaitu proses, partisipan, dan *circumstance*. Proses direalisasikan dalam kelompok verbal dari klausa, partisipan direalisasikan dalam kelompok nominal, dan *circumstance* diekspresikan melalui kelompok adverbial (kata keterangan) atau frasa preposisi. Sistem transitivitas ini dibedakan atas enam tipe proses yaitu proses material, mental, verbal, behavioural, eksistensial dan relasional (Eggins, 2004: 213-214).

Halliday (dalam Tomasowa, 1994: 42) menyarankan agar tiap bahasa harus diinterpretasikan sebagaimana bahasa itu ada. Bahasa tersebut dianalisis



berdasarkan bukti-bukti alamiah yang ada pada bahasa tersebut. Oleh karena itu, Tomasowa berpendapat bahwa dalam bahasa Indonesia terdapat klausa mayor yang merealisasikan proses (1) material, (2) mental, (3) verbal, (4) relasional, (5) dan eksistensial. Berikut Gambar 3 yang menampilkan sistem transitivitas.



**Gambar 3. Sistem Transitivitas**

#### **a. Material**

Egins (2004: 215) menyatakan bahwa proses ‘melakukan’ disebut sebagai proses material. Pada dasarnya proses material adalah wujud dari melakukan sesuatu. Jadi, proses material adalah proses melakukan atau proses tindakan. Dua partisipan yang sering muncul adalah *actor* dan *goal*. *Actor* merupakan unsur klausa yang melakukan perbuatan atau tindakan. *Goal* merujuk pada bagian teks yang menyatakan tujuan atau peruntukkan dari apa yang dibicarakan. Berikut contoh proses material.

Saat	saya	menanyakan	hal operasional	pada sebuah tim
conjunction	actor	<b>Pr: material</b>	Goal	circumstance

### b. Mental

Halliday (dalam Eggins, 2004: 225) menyatakan bahwa proses yang menandakan makna berpikir atau merasakan disebut proses mental. Halliday membagi proses mental menjadi tiga kategori, yaitu kognisi yang berkaitan dengan berpikir, mengetahui, dan memahami; afeksis yang berkaitan dengan perasaan seperti kegembiraan, ketakutan; dan persepsi yang berkaitan dengan proses melihat dan mendengar. Partisipan dalam proses mental adalah *senser* dan *phenomenon*. *Senser* adalah siapa yang merasakan, berpikir, yakin, dan mengamati. *Phenomenon* adalah apa yang dirasa, dipikir, diyakini, dan diamati oleh *senser*. Berikut contoh proses mental.

Saya	terkesan	pada seorang teman
senser	<b>Pr: mental</b>	Phenomenon

### c. Verbal

Proses verbal merupakan proses yang berkaitan dengan aksi verbal seperti berkata dan semua sinonimnya, termasuk perubahan simbol pada makna (Eggins, 2004: 235). Proses verbal mengacu pada apa-apa yang dikatakan, diucapkan, dibilang, dan diujar. Partisipan pada proses ini adalah *sayer*, *receiver*, dan *verbiage*. *Sayer* adalah siapa yang berkata, *receiver* adalah siapa yang diajak bicara, dan *verbiage* adalah apa yang sebenarnya dibicarakan. Berikut contoh proses verbal.

ia	tidak pernah mengungkapkan	kata kata-kasar, memarahi, atau menyudutkan anak buah.
sayer	<b>Pr: verbal</b>	Verbiage

#### d. Relasional

Proses relasional merupakan proses yang menggenaralisasi atau menghubungkan pengalaman ke hal lain (Halliday dalam Eggins, 2004: 233). Proses relasional mencakup mengklasifikasi, mengidentifikasi, dan kepemilikan. Proses mengklasifikasi dijelaskan dengan *carrier* sebagai partisipan yang ditandai, dan *atribut* sebagai klasifikasi atau deskripsi dari sesuatu yang ditandai. Mengidentifikasi dijelaskan dengan *token* sebagai apa yang didefinisikan, dan *value* yang mana mengidentifikasikan definisinya. Posesif atau kepemilikan dijelaskan dengan partisipan *possessor* sebagai pemilik, dan *possessed* sebagai apa yang dimiliki. Berikut contoh proses relasional.

maupun	motivasi	adalah	hal yang terpenting dalam bekerja
conjunction	carrier	<b>Pr: relational</b>	atribut

#### e. Eksistensial

Proses eksistensial mewakili pengalaman dengan keberadaan sesuatu (Eggins, 2004: 239). Partisipan wajib dalam proses ini adalah *eksistent*. Berikut contoh proses eksistensial.

ada	orang-orang yang kita lihat	secara terbuka
<b>Pr: existential</b>	Existent	circumstance

#### f. Sirkumstan

Istilah sirkumstan mencakup semua pertanyaan 'kapan', 'di mana', 'mengapa', 'bagaimana', 'berapa banyak', dan 'tentang apa'. Sirkumstan dalam klausa dijelaskan dengan kata keterangan atau frasa preposisi (Eggins, 2004: 222). Terdapat tujuh macam sirkumstan yang akan dijelaskan berikut ini.

- 1) **Waktu (urutan/temporal)**, sirkumstan yang menyatakan 'kapan' dan dapat ditelusuri dengan pertanyaan 'kapan?', 'berapa sering?', serta 'berapa lama?'. Contoh: Paman tiba di Jakarta kemarin siang.
- 2) **Tempat (lokasi/spatial)**, sirkumstan yang menyatakan 'di mana', dan dapat ditelusuri dengan pertanyaan 'di mana?' dan 'berapa jauh?'. Contoh: Paman tiba di Jakarta kemarin siang.
- 3) **Manner**, sirkumstan yang menyatakan 'bagaimana'.
  - (a) **alat (means)** menyatakan 'dengan alat apa' Contoh: Paman tiba di Jakarta dengan bus kemarin siang.
  - (b) **kualitas (quality)** menyatakan 'seperti apa hal itu terjadi/dilakukan'. Contoh: Kuda itu berlari dengan hati-hati.
  - (c) **pengibaratan (comparison)** menyatakan 'bagaimana apa sesuatu terjadi/dilakukan). Contoh: Bu Hana menyayangi semua kemenakannya seperti dia menyayangi anak kandungnya.
- 4) **Muasal (cause)**, sirkumstan yang menyatakan 'mengapa'.
  - (a) **alasan (reason)** menyatakan 'apa yang menyebabkan suatu terjadi' dan dapat ditelusuri dengan pertanyaan 'mengapa?' atau 'bagaimana?'. Contoh: Jalan ditutup sementara akibat longsor tadi malam.
  - (b) **tujuan (purpose)** menyatakan 'tujuan' dan dapat ditelusuri dengan pertanyaan 'untuk apa?'. Contoh: Turis itu membawa peta agar tidak tersesat.
  - (c) **peruntukan (behalf)** menyatakan 'peruntukan' dan dapat ditelusuri dengan pertanyaan 'untuk siapa?'. Contoh: Kakak membelikan boneka untuk adik.

- 5) **Kelengkapan (*accompaniment*)**, sirkumstan yang menyatakan ‘kesertaan atau ketidaksertaan seseorang atau sesuatu’, dan dapat ditelusuri dengan pertanyaan ‘siapa lagi/siapa saja?’ atau ‘apa lagi/apa saja?’. Contoh: Paman datang tanpa membawa oleh-oleh.
- 6) **Perihal (*matter*)**, sirkumstan yang menyatakan ‘tentang apa’ atau ‘merujuk pada apa’, dan dapat ditelusuri dengan pertanyaan ‘tentang apa?’. Contoh: Kakek bercerita kepada cucunya tentang perjuangan tahun ’45.
- 7) **Peran (*role*)**, sirkumstan yang menyatakan ‘sebagai apa’, dan dapat ditelusuri dengan pertanyaan ‘sebagai apa?’. Contoh: Di film itu dia berperan sebagai ibu.

Tomasowa (1994) juga menjabarkan secara rinci aspek-aspek transitivitas yang terkandung dalam proses-proses di atas, hal ini terlihat pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1: Proses dan Segi Transitivitasnya dalam Bahasa Indonesia**

Proses	Segi Transitivitas
Material	<i>Doing</i> (tindakan) <i>Making</i> (perbuatan) <i>Animate natural</i> (bernyawa) <i>Inanimate natural</i> (tak bernyawa)
Mental	<i>Perception</i> (persepsi) <i>Positive inner feelings</i> (perasaan positif) <i>Negative inner feelings</i> (perasaan negatif) <i>Cognitive</i> (kognitif)
Relasional	<i>Equational</i> (identifikasi) <i>Intensive attributive</i> (atribut keadaan) <i>Possessive attributive</i> (atribut kepemilikan) <i>Adversative attribute</i> (atribut adversatif)
Verbal	<i>Statement</i> (pernyataan) <i>Question</i> (pertanyaan) <i>Command</i> (perintah) <i>Offer</i> (penawaran)
Eksistensial	-

Bagian kedua dari makna ideasional yaitu makna logikal (*logical meaning*). Yaitu yang berhubungan dengan klausa kompleks. Sistem dari klausa

kompleks ini ada dua macam yaitu taksis dan relasi logiko-semantik. Taksis sendiri terbagi menjadi dua yaitu parataksis dan hipotaksis.

Dalam hubungan parataksis relasi antarklausa digambarkan dengan sebuah sistem angka seperti (1, 2, 3, dsb.) (Halliday dalam Sinar, 2002: 43). Hal ini terlihat pada contoh berikut.

1.	Kita bisa menyaksikan seseorang yang bekerja melampaui jam kerja yang standar	dan masih penasaran menyelesaikan pekerjaannya sampai larut malam.
	1	2

Dalam sebuah hubungan hipotaksis, relasi antarklausa digambarkan dengan tulisan Yunani ( $[\alpha]$ ,  $[\beta]$ ,  $[\gamma]$ , dsb.) (Halliday dalam sinar, 2002: 44). Diamati dalam contoh berikut.

2.	Padahal, kita sadari betapa kepemimpinan bisa macet,	bila tidak ada hubungan <i>interpersonal</i> yang lancar antara atasan dan bawahan.
	$\alpha$	$\beta$

Halliday (dalam Sinar, 2002: 44) menetapkan bahwa sistem logiko-semantik memiliki dua tipe hubungan atas klausa: (1) sistem logiko-semantik ekspansi (perluasan) dan (2) sistem logiko-semantik proyeksi (penonjolan). Saat klausa kedua memperluas klausa primer dalam cara yang bervariasi, hubungan tersebut adalah salah satu dari perluasan. Dalam hal ini, hubungan tersebut mungkin satu dari penonjolan (=), perpanjangan (+), atau penaikan ( $\times$ ). Hubungan tersebut dinyatakan dalam notasi ini: (=; +;  $\times$ ).

Saat klausa kedua ditonjolkan melalui klausa primer, hubungan itu adalah salah satu dari tipe penonjolan/proyeksi. Hubungan proyeksi mengacu pada dua macam, yaitu lokusi (apa yang diproyeksi berupa ujaran) ditandai petik dua ("), dan ide (apa yang diproyeksikan berupa gagasan atau pikiran) ditandai dengan tanda petik satu ('). Sistem logiko-semantik dari perluasan dan

penonjolan digambarkan secara spesifik sebagai hubungan inter-klausa, hubungan antarproses. Berikut contoh dari sistem logiko-semantik pada Tabel 2.

**Tabel 2: Parataksis dan Hipotaksis**

		<b>Parataksis</b>	<b>Hipotaksis</b>
<b>Ekspansi</b>	<b>Elaborasi</b>	1///bila ia tahu apa yang bisa ia pelajari, =2//mengapa ia harus mengetahui esensi tugasnya.	1///Dari program “ <i>heroes</i> ” <i>Kick Andy</i> kita berkenalan dengan Gendu, =2//pejuang yang merawat 10.000 orang sakit jiwa.
	<b>Ekstensi</b>	1///bila atasan terlalu sibuk dengan agenda dirinya +2//dan memikirkan dirinya sendiri.	1/// Dalam hubungan atasan-bawahan atau tim, seorang atasan juga bisa berbagi, +2//tentang bagaimana ia menghadapi kesulitan,
	<b>Enhancemen</b>	1///Jono sangat ketakutan, x2//lalu dia mulai menangis.	1/// <i>Rapport</i> akan lebih mudah terbentuk x2//bila daya tarik dan ‘ <i>familiarity</i> ’ sudah terjadi.
<b>Proyeksi</b>	<b>Lokusi</b>	1///Jawaban beliau sederhana saja: “2//“Itu cara saya menghargai orang”.	α//Sampai-sampai Henry Ford pernah menyatakan “β//bahwa sebaiknya tidak ada seorang <i>expert</i> pun di perusahaan.
	<b>Ide</b>	1/// Adik selalu berpikir ‘2//“saya harus menjadi juara kelas.”	α//kita tentu tergelitik untuk berpikir: ‘β//apa sebetulnya yang kita kejar dan apa yang dibutuhkan untuk bisa puas

Keterangan:

- |                                    |                             |
|------------------------------------|-----------------------------|
| 1 : Klausa utama pada parataksis   | (=) : Elaborasi/penonjolan  |
| 2 : Klausa bawahan pada parataksis | (+) : Ekstensi/perpanjangan |
| α : Klausa utama pada hipotaksis   | (x) : Enhancemen/penaikkan  |
| β : Klausa bawahan pada hipotaksis | ( “ ” ) : llokusi           |
|                                    | ( ‘ ’ ) : Ide               |

Perbedaan antara klausa perluasan dan klausa penonjolan penting dipahami dalam kaitannya dalam interpretasi atas proses verbal dan mental secara khusus, di mana kedua klausa akan dianalisis sebagai klausa yang berbeda (Halliday dalam Sinar, 2002: 45).

#### 4. Klausa

Arifin dan Junaiyah (2008: 34) menjelaskan bahwa klausa adalah satuan gramatikal yang berupa gabungan kata sekurang-kurangnya terdiri atas subjek dan predikat. Definisi berbeda diungkapkan oleh Cook (dalam Tarigan, 1984: 72),

yang mengatakan bahwa klausa adalah kelompok kata yang hanya mengandung satu predikat. Oleh karena itu, klausa dapat disimpulkan sebagai satuan gramatikal yang paling tidak terdiri atas subjek dan predikat. Klausa atau gabungan kata tersebut berpotensi menjadi kalimat.

Istilah klausa dalam SFL berbeda dengan istilah makna dalam tatabahasa formal. SFL menggunakan istilah klausa kompleks yang sama dengan kalimat dalam tatabahasa formal. Halliday menjelaskan bahwa klausa kompleks merupakan bagian dari jenis klausa. SFL menekankan bahwa klausa sebagai unit terkecil dalam analisis bahasa. Eggins (2004: 255-256) menggunakan istilah klausa simplek yang memiliki arti setara dengan kalimat simpel atau sederhana dalam tatabahasa formal dan klausa kompleks setara dengan kalimat majemuk dan kalimat kompleks.

#### **a. Klausa dalam Metafungsi Bahasa**

Dalam SFL terdapat pembagian strata (status) klausa dalam metafungsi bahasa. Ketiga status klausa antara lain: klausa sebagai representasi (*clause as representation*), klausa sebagai pertukaran (*clause as exchange*), dan klausa sebagai pesan (*clause as message*). Klausa sebagai representasi merupakan perwujudan dari metafungsi bahasa ideasional. Klausa sebagai pertukaran adalah wujud dari metafungsi interpersonal, dan klausa sebagai pesan ialah perwujudan dari metafungsi tekstual (Wiedarti, 2005: 1-2). Berikut disajikan dalam Tabel 3.



Tabel 3: Jaringan SFL (Halliday dalam Wiedarti, 2005: 231)

Generalised Semiotic Function	Metafunction	Corresponding Status of Clause	Lexico-Grammatical Pattern	Semantic	Register
Language for construing experience as if 'natural' reality	Ideational	Clause of representation	Transitivity (case) logical;- semantic relations (taxis)	Lexical cohesion conjunctive relations	field
Language for construing the social as intersubjectivity reality	Interpersonal	Clause of exchange	Mood, modality, vocation, attitude	Speech function exchange structure	tenor
Language for organising text/processing as semiotic reality	Textual	Clause of message	Theme information structure nominalisation	Reference (participation tracking)	mode

Tabel 3 jaringan SFL di atas menunjukkan bahwa dalam tataran fungsi semiotik terdapat tiga fungsi bahasa, yaitu:

- 1) Bahasa untuk menguraikan pengalaman yang dalam metafungsi bahasa disebut sebagai makna ideasional. Dengan status klausa dalam komunikasi yaitu klausa sebagai representasi dan ditandai dalam leksiko-gramatikal dengan sistem transitivitas dan taksis. Dalam semantik berupa kohesi leksikal dan hubungan konjungtif serta dalam register disebut dengan "*field*".
- 2) Bahasa sebagai pengurai sosial, dalam metafungsi disebut sebagai makna interpersonal. Dalam status klausa dalam komunikasi yaitu klausa sebagai pertukaran dan ditandai dalam leksiko-gramatikal dengan sistem *mood*, modalitas, vokasi, dan sikap bahasa. Dalam semantik berupa fungsi pembicaraan dan struktur pertukaran serta dalam registrasi disebut dengan "*tenor*".
- 3) Bahasa untuk menguraikan teks (*processing*), dalam metafungsi disebut sebagai makna tekstual. Dengan status klausa dalam komunikasi yaitu klausa sebagai pesan dan ditandai dalam leksiko-gramatikal dengan informasi

struktur *theme* dan mominalisasi. Dalam semantik berupa referensi atau penelusuran pelibat wacana dalam register disebut dengan "*mood*".

Berdasarkan uraian di atas, penelitian wacana rubrik "Kompas Karier" surat kabar harian *Kompas* ini menggunakan makna ideasional, yaitu memandang teks sebagai representasi dan sebagai pesan. Objek penelitian ini disinyalir sebagai bentuk representasi penulis tentang hal-hal yang terjadi, baik pengalaman pribadi maupun kejadian di lingkungan dunia kerja saat ini.

Penelitian ini selain menggunakan makna ideasional, juga menggunakan makna tekstual. Sebagai wacana tertulis, wacana tersebut sebagai pembawa pesan khusus yang ditujukan kepada pembaca (masyarakat). Melalui analisis terhadap klausa representasi dan klausa sebagai pesan, diharapkan dapat mengetahui struktur generik, karakteristik bahasa dan tujuan sosial dalam wacana rubrik "Kompas Karier" surat kabar harian *Kompas*.

#### **b. Klasifikasi Klausa**

Berdasarkan potensinya untuk dibentuk menjadi kalimat, klausa dapat dibagi menjadi klausa bebas dan klausa terikat. Klausa bebas adalah klausa yang dapat berdiri sendiri sebagai kalimat sempurna. Klausa terikat adalah klausa yang tidak dapat berdiri sendiri sebagai kalimat sempurna, hanya mempunyai potensi sebagai kalimat tak sempurna (Cook dalam Tarigan, 1984: 75).

Hal ini sejalan dengan pendapat Ramlan (1981: 53), yang menggunakan istilah klausa inti untuk mengganti klausa bebas, dan menggunakan istilah klausa bawahan untuk mengganti istilah klausa terikat. Dengan klausa bawahan

merupakan bagian dari klausa yang lainnya, sedangkan klausa inti merupakan klausa yang dapat berdiri sendiri.

### **c. Hubungan Antarklausa**

Dalam SFL, klausa-klausa dihubungkan satu dengan lainnya dengan memakai beberapa jenis hubungan makna logis yang membangun klausa kompleks. Hubungan antarklausa dalam klausa kompleks oleh Halliday (1994: 219) dibedakan menjadi ekspansi dan proyeksi. Ekspansi setara dengan hubungan klausa dengan konjungsi, sedangkan proyeksi merupakan hubungan yang setara dengan kalimat langsung dan tidak langsung dalam tata bahasa formal (Setia dalam [http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/16723/1/log-apr2008-4%20\(1\).pdf](http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/16723/1/log-apr2008-4%20(1).pdf)). Menurutnya, dibutuhkan hubungan antarbagian pengalaman untuk dapat memahami berbagai unsur pengalaman yang disampaikan dalam klausa.

“Untuk dapat memahami berbagai unsur pengalaman yang disampaikan dalam klausa dengan jelas diperlukan hubungan antarbagian pengalaman itu. Tanpa hubungan pengalaman yang satu dengan pengalaman-pengalaman lainnya, seseorang sulit mengartikan dan memahaminya. Di situlah fungsi bahasa, yakni menghubungkan satu satuan pengalaman dengan pengalaman lainnya. Hubungan satuan pengalaman itu paling sedikit melibatkan dua klausa yang dinamakan hubungan logis.”

#### **1) Ekspansi**

Ekspansi menunjukkan bahwa klausa sekunder mengembangkan klausa primer dengan tiga pengelompokan semantik yang luas, yaitu (a) elaborasi [=]; (b) ekstensi [+]; dan (c) enhancemen [x]. Ekspansi menghubungkan fenomena yang memiliki urutan pengalaman yang sama.

Dalam elaborasi, satu klausa mengelaborasi atau menguraikan makna lainnya dengan cara menguraikannya atau memberikan spesifikasi. Eggins (2004) menyebutnya sebagai hubungan pernyataan baru atau klarifikasi, dalam hal ini satu kalimat dipresentasikan sebagai suatu ungkapan kembali atau representasi dari kalimat sebelumnya. Konjungsi yang selalu digunakan dalam mengekspresikan hubungan ini, di antaranya, *yaitu, adalah, dan, dengan kata lain*, dan lainnya (Setia, 2008: 4).

Dalam ekstensi, Halliday (2004) menjelaskan bahwa satu klausa memperluas makna klausa lainnya dengan menambahkan sesuatu yang baru di dalamnya. Apa yang ditambahkan hanya sebuah tambahan atau penggantian, atau sebuah pilihan. Konjungsi yang selalu dipakai dalam ekstensi antara lain *dan, juga, lebih jauh lagi, sebagai tambahan, tetapi, sebaliknya, secara alternatif, lagi pula, selain itu, tetapi*, dan lain-lain (Setia, 2008: 5-6).

Dalam enhancemen atau ganda, Halliday (1994) menjelaskan bahwa satu klausa "menggandakan" makna klausa lainnya dengan mengubahnya dengan salah satu kemungkinan cara, antara lain dengan merujuk pada waktu, tempat, cara, sebab atau kondisi (Setia, 2008: 8).

## 2) Proyeksi

Klausa proyeksi merupakan bagian makna yang penting dari klausa yang diproyeksikan. Berkaitan dengan proyeksi Halliday (2004: 441-443) menjelaskan bahwa "diperkenalkan gagasan tentang proyeksi, hubungan semantik logis dan dalam hal ini sebuah klausa muncul tidak berfungsi tidak

sebagai sebuah representasi pengalaman (nonlinguistik) yang langsung, tetapi sebagai sebuah representasi dari sebuah representasi (linguistik).”

Klausa yang ditonjolkan dapat berupa lokusi yang ditandai dengan tanda petik dua (") (apa yang diproyeksikan sebagai ujaran), dan ide yang ditandai dengan tanda petik satu (') (apa yang diproyeksikan sebagai gagasan/pikiran).

#### **D. Karier**

Soetjipto (2002: 276) menjelaskan karir sebagai bagian dari perjalanan hidup seseorang, bahkan bagi sebagian orang merupakan suatu tujuan hidup. Setiap orang mempunyai hak dan kewajiban untuk sukses mencapai karir yang baik. Karir sebagai sarana untuk membentuk seseorang menemukan secara jelas keahlian, nilai, tujuan karir dan kebutuhan untuk pengembangan. Hoyt dan Laramore (1974) dalam Sukardi (1987: 17) mendefinisikan karir sebagai suatu keseluruhan dari pekerjaan atau jabatan yang ditekuninya sepanjang hidupnya.

Sementara itu, Super mendefinisikan karir sebagai suatu rangkaian pekerjaan-pekerjaan, jabatan-jabatan, dan kedudukan yang mengarah pada kehidupan dalam dunia kerja. Pengertian yang dikemukakan oleh Super yang menyatakan bahwa karir adalah sebagai suatu rangkaian dari suatu pekerjaan dan posisi yang dilakukan seumur hidup dan tampaknya sangat bermanfaat bagi kehidupan ini mendapat kritikan dari dua asosiasi karena pendapat ini tidak mengubah arti dari seseorang yang aktif berinteraksi dengan lingkungannya. Dua asosiasi tersebut antara lain *National Vocational Guidance Association* dan *American Vocation Association* (dalam Sukardi, 1987: 17-18). Walaupun demikian, Super sudah tidak diragukan lagi sangat berperan dalam dunia karir.

Dasar teori Super (Munandir dan Semiawan, 1996: 93) adalah konsep diri yang berubah dari waktu ke waktu dan berkembang sebagai hasil dari pengalaman. Setiap orang memiliki konsep diri dan menerapkannya untuk memilih pekerjaan. Artinya, orang mempunyai konsep diri dan ia berusaha menerapkan konsep diri itu dengan memilih pekerjaan, hal yang menurut orang tersebut paling memungkinkannya berekspresi diri.

Teori yang dikemukakan Donald E. Super ini (diunduh dari *website* Career New Zealand, <http://www.careers.govt.nz>) merupakan pengembangan dari teori-teori dan karya dari Eli Ginzberg. Super merasa teori yang dikemukakan oleh Ginzberg memiliki kelemahan, yaitu antara lain kegagalan Ginzberg memperhitungkan manusia sangat signifikan terhadap informasi tentang perkembangan pendidikan dan vokasional.

Super mengembangkan teori Ginzberg tentang pengembangan karier dan hidup dari 3 menjadi 5 tahap. Tahap-tahap itu memiliki karakteristik masing-masing yang akan digambarkan dalam Tabel 4.

**Tabel 4. Lima Tahapan Perkembangan Karier dan Hidup Super**

Tahapan	Rentang Umur	Karakteristik
Tahap 1: Pertumbuhan (Growth)	0-14	Pengembangan konsep diri, sikap, kebutuhan dan dunia secara umum kerja
Tahap 2: Eksplorasi (Exploration)	15-24	"Mencoba" melalui kelas, pengalaman kerja, hobi. Pilihan dan pengembangan keterampilan tentatif
Tahap 3: Pendirian (Establishment)	25-44	Keterampilan membangun entry-level dan stabilisasi melalui pengalaman kerja
Tahap 4: Pemeliharaan (Maintenance)	45-64	Proses penyesuaian terus menerus untuk memperbaiki posisi
Tahap 5: Penurunan (Decline)	65+	Mengurangi output, mempersiapkan pensiun

Tahap Pengembangan (*Growth*) mulai dari saat lahir sampai umur lebih kurang 15 tahun yaitu anak mengembangkan berbagai potensi, pandangan khas, sikap, minat, dan kebutuhan-kebutuhan yang dipadukan dalam struktur gambaran diri (*self-concept structure*). Tahap Eksplorasi (*Exploration*) dari umur

15 sampai 24 tahun yaitu orang muda memikirkan berbagai alternatif jabatan, tetapi belum mengambil keputusan yang mengikat. Tahap Pemantapan (*Establishment*) dari umur 25 sampai 44 tahun yaitu bercirikan usaha tekun memantapkan diri melalui seluk-beluk pengalaman selama menjalani karier tertentu. Tahap Pembinaan (*Maintenance*) dari umur 45 tahun sampai 64 tahun yaitu orang yang sudah dewasa menyesuaikan diri dalam penghayatan jabatannya. Tahap Kemunduran (*Decline*) yaitu orang memasuki masa pensiun dan harus menemukan pola hidup baru sesudah melepaskan jabatannya (Syafitri, 2012).

Selain masing-masing tahapan tersebut memiliki karakteristik yang berbeda, Super juga membagi tugas-tugas perkembangan sesuai dengan tahapan-tahapan di atas. Super berpendapat bahwa preferensi kerja dan kompetensi, bersama dengan situasi kehidupan individu semua berubah dengan waktu dan pengalaman. Super mengembangkan konsep kematangan vokasional, yang mungkin atau tidak mungkin sesuai dengan kronologis usia: siklus orang melalui masing-masing tahap ini ketika mereka melalui peralihan karir.

Bila berdasarkan tahapan perkembangan karier pada Tabel 4 di atas, maka rubrik “Kompas Karier” lebih ditujukan kepada pembaca tahapan pemantapan yaitu pendirian di mana pada umur 25-44 tahun orang biasanya sudah mulai memantapkan diri dalam memilih karier. Namun, tidak menutup kemungkinan untuk tahap-tahap lainnya, khususnya tahap eksplorasi, membaca rubrik “Kompas Karier” sebagai referensi pengalaman berkarier dari orang-orang yang sudah ahli dibidangnya.

## E. Penelitian yang Relevan

Widyaningrum (2011) dengan judul "Analisis Genre Wacana Surat Undangan Pernikahan Agama Islam Di Yogyakarta". Hasil penelitiannya adalah struktur generik surat undangan pernikahan agama Islam di DIY berdasarkan kelengkapan unsur dan variasinya terbagi atas struktur sederhana dan struktur kompleks. Struktur sederhana terdiri atas unsur wajib tanpa unsur pilihan dan struktur kompleks terdiri atas unsur wajib dan unsur pilihan. Struktur sederhana terbagi atas struktur sederhana dengan pengulangan unsur wajib, serta struktur sederhana tanpa pengulangan unsur wajib. Struktur kompleks terbagi atas struktur kompleks dengan pengulangan unsur pilihan dan struktur kompleks tanpa pengulangan unsur pilihan.

Unsur-unsur surat undangan pernikahan agama Islam di DIY diketahui bahwa strukturnya bervariasi. Hal tersebut karena variasi penggunaan unsur-unsur wajib dan unsur-unsur pilihan dalam undangan pernikahan. Penelitian ini menggunakan metafungsi ideasional karena objek penelitian ini berupa wacana tertulis yang menekankan penyampaian informasi, bukan transaksional (dialog). Metafungsi ideasional didapatkan melalui sistem transitivitas dan sistem logiko-semantik. Sistem transitivitas digunakan untuk menemukan jumlah proses dan dominan proses yang digunakan dalam klausa pada undangan pernikahan. Sementara itu, sistem logiko-semantik digunakan untuk mengetahui hubungan klausa dalam undangan pernikahan.

Maryati (2009) dengan judul "Analisis Genre Rubrik 'Surat Pembaca' Surat Kabar *Kompas*". Hasil penelitiannya adalah bahwa struktur generik wacana rubrik "Surat Pembaca" surat kabar *Kompas* terdiri atas dua macam, yakni makrostruktural dan mikrostruktural yang didasari oleh ada tidaknya argumentasi



penulis. Apabila terdapat argumen penulis maka akan muncul tahapan yang lebih variatif seperti resolusi dan evaluasi. Oleh karena itu, disebut struktur makro. Struktur generiknya adalah orientasi^ abstrak^ komplikasi^ resolusi^ evaluasi^ koda. Sementara itu, untuk struktur generik mikro akan nampak sebagai berikut: orientasi^ abstrak^ komplikasi^ koda.

Karakteristik bahasa pada wacana dalam rubrik "Surat Pembaca" surat kabar *Kompas* terdapat dua proses yang mendominasi, yaitu proses material dan proses mental. Tujuan sosial wacana dalam rubrik "Surat Pembaca" surat kabar *Kompas* ada dua macam, yaitu tujuan khusus dan umum. Adapun tujuan yang ingin disampaikan adalah mengharapkan pembaca melakukan tindakan sesuai dengan topik wacana dan tujuan yang kedua mengharapkan pembaca mengambil sikap sesuai dengan topik wacana.

Muslihatun (2010) dengan judul "Analisis Genre Kolom 'Percikan Bening' Surat Kabar Harian Jogja". Hasil penelitiannya adalah bahwa struktur generik kolom "Percikan Bening" surat kabar Harian Jogja terdiri atas dua struktur, yaitu struktur sederhana dan struktur kompleks. Perbedaan ini didasarkan atas ada tidaknya unsur pilihan, yaitu ayat dalam kitab suci, kisah teladan, dan pujian kepada Tuhan. Wacana struktur sederhana diformulakan sebagai berikut: **tesis^ argumen^ rekomendasi**, sedangkan struktur wacana kompleks dapat diformulakan sebagai berikut: (pujian kepada Tuhan/ayat dalam kitab suci/kisah teladan)^ **tesis^** (ayat dalam kitab suci/kisah teladan)^ **argumen^** (ayat dalam kitab suci/kisah teladan)^ **rekomendasi^** (ayat dalam kitab suci/kisah teladan/pujian kepada Tuhan).

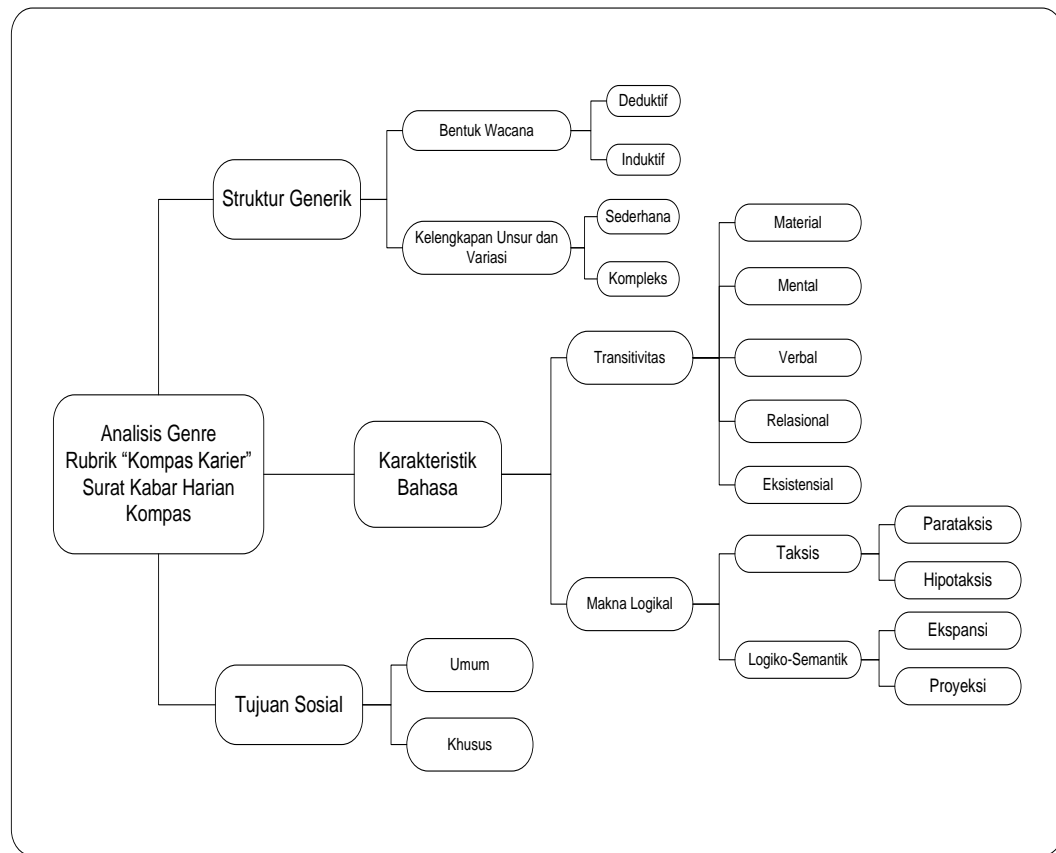
Perbandingan struktur generik antaragama dalam kolom "Percikan Bening" surat kabar Harian Jogja menunjukkan bahwa pada agama Islam,

Buddha, Kristen Protestan, dan Kristen Katolik bentuk strukturnya sederhana dan kompleks, sedangkan pada agama Hindu bentuk strukturnya kompleks. Karakteristik bahasanya pada sistem transitivitas didominasi oleh proses material. Setelah proses material urutan terbanyak diduduki oleh proses mental, verbal, relasional, eksistensial, dan behavioural. Sementara itu, penggunaan sistem logiko-semantik untuk klausa parataksis didominasi oleh ekspansi jenis ekstensi, sedangkan pada klausa hipotaksis didominasi oleh ekspansi jenis enhancemen.

## **F. Kerangka Pikir**

Penelitian dengan subjek wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* ini akan membahas analisis genre yang meliputi struktur generik, karakteristik bahasa yang digunakan dan tujuan sosial. Struktur generik yang ditemukan terbagi menjadi dua kelompok, yaitu struktur generik menurut bentuk wacana yang terbagi menjadi struktur generik wacana deduktif dan struktur generik wacana induktif, sedangkan menurut kelengkapan unsur dan variasinya terbagi menjadi struktur wacana sederhana dan struktur generik wacana kompleks.

Karakteristik bahasa berkaitan dengan sistem transitivitas dan sistem makna logika. Sistem transitivitas dibagi menjadi lima, yaitu material, mental, verbal, relasional, dan eksistensial. Sistem makna logika dibagi menjadi dua, yaitu taksis dan logiko-semantik. Tujuan sosial yang ditemukan digolongkan menjadi dua, yaitu tujuan sosial umum dan tujuan sosial khusus. Berikut skema kerangka teori pada Gambar 4 di bawah ini.



**Gambar 4. Kerangka Pikir Analisis Genre**

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini terdiri atas desain penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, metode dan teknik analisis data, dan teknik penentuan keabsahan data. Berikut ini akan diuraikan berbagai hal yang termasuk dalam metode penelitian tersebut.

### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, karena adanya fleksibilitas yang tinggi bagi peneliti ketika menentukan langkah-langkah penelitian (Alwasilah, 2003: 97). Penelitian deskriptif, maksudnya suatu kegiatan penelitian yang berusaha mendeskripsikan gejala-gejala kebahasaan secara cermat dan teliti berdasarkan fakta-fakta kebahasaan yang sebenarnya. Gejala-gejala kebahasaan tersebut kemudian diklasifikasikan atas dasar pertimbangan tujuan penelitian, selanjutnya dianalisis. Dalam hal ini, gejala-gejala yang diteliti terfokus pada struktur generik, karakteristik bahasa dan tujuan sosial dalam wacana rubrik "Kompas Karier" surat kabar harian *Kompas*.

Bogdan dan Taylor (1975), dalam Moleong (2010) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Muhammad, 2011: 30).

Penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan beberapa model, seperti studi kasus, biografi, fenomenologi, analisis teks, etnografi, dan seterusnya.

Muhammad (2010) menyebutkan bahwa salah satu fenomena yang dapat menjadi objek penelitian kualitatif adalah peristiwa komunikasi atau berbahasa karena peristiwa ini melibatkan tuturan, makna semantik tutur, orang yang bertutur, maksud yang bertutur, situasi tutur, peristiwa, tindak tutur dan latar tutur. Oleh karena itu, data penelitian kualitatif diperoleh dari kata-kata, frase, klausa, kalimat, dan gambar-gambar seperti yang disampaikan oleh Bryman (2004) di Silalahi (2009) (Muhammad, 2011: 30-31).

## **B. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian ini berupa wacana-wacana yang terdapat dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* selama tahun 2013. Selama satu tahun data yang diperoleh berjumlah 44 wacana, yang kemudian diambil sampel sebanyak 10 wacana terpilih dari data keseluruhan. *Kompas* sudah menjadi surat kabar nasional yang dapat diperoleh dan dibaca oleh semua kalangan di mana penulis-penulis yang berkontribusi di dalamnya adalah orang-orang yang ahli dibidangnya, misalnya Eileen Rahman pada rubrik “Kompas Karier” ini. Sementara data-data yang dipilih didasarkan atas pertimbangan topik yang dibahas oleh penulis lebih umum dan sering terjadi di sekitar dunia karier. Data-data yang terpilih antara lain sebagai berikut.

Tabel 5. Data yang Terpilih

NO	KODE DATA	JUDUL WACANA
1.	<i>Em</i>	EMPOWERMENT
2.	<i>Ra</i>	RAPPORT
3.	<i>NTK</i>	NILAI TAMBAH KREATIVITAS
4.	<i>TK</i>	TERIMA KASIH
5.	<i>Ah</i>	AHLI
6.	<i>DD</i>	DEKAT DIHATI
7.	<i>BB</i>	BERBAHAGIA
8.	<i>Men</i>	MENDENGARKAN
9.	<i>Mar</i>	MARTABAT
10.	<i>PM</i>	PEJUANG MODERN

Objek penelitian ini adalah terfokus pada struktur generik, karakteristik bahasa dan tujuan sosial yang terdapat pada wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*. Struktur generik yang diteliti bertujuan untuk mengetahui jenis teks tersebut. Karakteristik bahasa yang diteliti antara lain sistem transitivitas dan sistem sistem logiko-semantik. Sementara tujuan sosial yang diteliti terbagi menjadi dua, yaitu tujuan umum dan tujuan sosial.

### C. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, sumber data diambil langsung dengan mengakses website <http://www.kompaskarier.com/> untuk mempermudah penelitian. Selain lebih efektif dalam pencarian data, dengan mengakses ini juga lebih efisien dalam perekaman data tertulis. Oleh karena terdapat beberapa motivator yang menyumbangkan pemikirannya dalam *website* tersebut, maka penelitian ini memfokuskan kepada salah satu motivator yaitu Eileen Rahman, seorang psikolog lulusan UI. Hal ini dikarenakan Eileen Rahman dipandang sebagai orang yang ahli dalam bidang karier. Ia mengaitkan karier dengan dunia psikologi yang menghasilkan wacana yang dapat memberikan motivasi kepada pembacanya dengan penjelasan ilmiah namun mudah dipahami.

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian kepustakaan karena data yang diambil berupa data konkret yang telah ada, yaitu wacana-wacana dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik baca dan catat. Teknik baca yang dimaksud adalah membaca subjek maupun objek yang akan diteliti.

Selanjutnya, teknik yang digunakan adalah teknik catat. Teknik pencatatan menurut Sudaryanto (1988: 5-6) dapat menggunakan salah satu dari tiga macam transkripsi yang ada, yaitu transkripsi ortografis, fonemis atau fonetis, sesuai dengan objek sasarannya. Dalam penelitian ini digunakan transkripsi ortografis, yaitu mencatat data-data dalam wacana yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan dari penelitian. Data-data tersebut dicatat pada kartu data yang segera dilanjutkan dengan klasifikasi. Setelah itu diakhiri dengan klasifikasi atau pengelompokkan kartu data.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data diperoleh melalui internet. Pertama, mencari data di internet dengan membuka *website* <http://www.kompaskarier.com/>. Kedua, membuka laman ‘Karir Tips’, kemudian memilih kolom Eileen Rahman. Ketiga, membuka wacana-wacana yang ada dari bulan Januari hingga Desember. Keempat, wacana-wacana tersebut kemudian dipindahkan ke dalam *Microsoft Word* dengan cara *copy-paste*. Kelima, data-data itu dikumpulkan untuk selanjutnya dilakukan pemilihan *sample* yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Data penelitian ditentukan melalui teknik sampel bertujuan (*purposive sampling*) yaitu pemilihan sampel bertujuan untuk memperluas informasi yang telah diperoleh lebih dahulu. Teknik ini diambil karena peneliti ingin meningkatkan cakupan dan jarak data yang dicari demi mendapatkan realitas

yang bermacam-macam, sehingga segala temuan akan terlandaskan secara lebih mantap karena prosesnya melibatkan kondisi dan nilai lokal yang semuanya saling mempengaruhi (Alwasilah, 2003: 105).

#### **D. Instrumen Penelitian**

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah *human instrument*, yaitu peneliti sendiri. Peneliti berperan dalam penentuan dan pencarian data serta penganalisis data. Peneliti harus peka, mampu, logis, dan kritis karena bertindak sebagai perencana, pelaksana, pengambil data, penganalisis dan sekaligus pelapor hasil penelitian.

Peneliti sebagai *human instrument* dapat menentukan waktu sendiri dalam melakukan penelitian genre pada wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* ini. Setelah itu, peneliti membuat kriteria penelitian berdasarkan batasan-batasan yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu mengenai struktur generik, karakteristik bahasa, dan tujuan sosial wacana rubrik “Kompas Karier”. Struktur generik wacana yang diteliti dikelompokkan menurut kriteria-kriteria bentuk wacana, kelengkapan unsur dan variasinya. Kriteria-kriteria dapat dilihat pada Tabel 6 berikut.



**Tabel 6. Struktur Generik Berdasarkan Bentuk Wacana, Kelengkapan Unsur dan Variasinya.**

NO	ASPEK	KRITERIA
1.	Bentuk wacana	
	1. Struktur generik wacana deduktif	Menampilkan isu permasalahan di awal wacana, diwakili oleh <b>tesis</b> .
	2. Struktur generik wacana induktif	Menampilkan keadaan khusus terlebih dahulu, yang diwakili oleh <b>contoh pengalaman</b> .
2.	Kelengkapan unsur dan variasinya	
	1. Sederhana	Struktur generik wacana yang tidak memiliki unsur pilihan. Wacana sederhana terbagi 2 variasi: 1) Lengkap tanpa variasi (pengulangan) 2) Lengkap dengan variasi (pengulangan)
	2. Kompleks	Struktur generik wacana yang memiliki unsur pilihan. Wacana kompleks terbagi 2 variasi: 1) Lengkap tanpa variasi (pengulangan) 2) Lengkap dengan variasi (pengulangan)

Karakteristik bahasa yang diteliti mengenai metafungsi ideasional yang dikelompokkan menjadi makna eksperiensial yang diwakili oleh transitivitas, dan makna logikal yang meliputi taksis dan logiko-semantik. Berikut penggambarannya dalam Tabel 7.

**Tabel 7. Metafungsi Ideasional: Makna Eksperiensial dan Makna Logikal**

NO	ASPEK	KRITERIA
1.	Makna Eksperiensial	<p>Representasi dari pengalaman. Transitivitas dibedakan menjadi 5 tipe proses, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Proses material               <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Tindakan</li> <li>b) Perbuatan</li> <li>c) Bernyawa</li> <li>d) Tak bernyawa</li> </ol> </li> <li>2) Proses mental               <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Persepsi</li> <li>b) Perasaan positif</li> <li>c) Perasaan negatif</li> <li>d) kognitif</li> </ol> </li> <li>3) Proses verbal               <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Identifikasi</li> <li>b) Atribut keadaan</li> <li>c) Atribut kepemilikan</li> <li>d) Atribut adversatif</li> </ol> </li> <li>4) Proses relasional               <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Pernyataan</li> <li>b) Pertanyaan</li> <li>c) Perintah</li> <li>d) penawaran</li> </ol> </li> <li>5) Proses eksistensial</li> </ol>
2.	Makna logikal	<p>Berhubungan dengan klausa kompleks. Dibedakan menjadi 2 macam, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Taksis               <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Paraktaksis</li> <li>b) Hipotaksis</li> </ol> </li> <li>2) Logiko-semantik               <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Ekspansi (perluasan), klausa yang satu merupakan perluasan makna yang lain.                   <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborasi (=) (hubungan kesetaraan)</li> <li>➤ Ekstensi (+) (hubungan penambahan)</li> <li>➤ Enhancemen (x) (hubungan pengembangan)</li> </ul> </li> <li>b) Proyeksi (penonjolan), salah satu klausa berupa laporan/kutipan di klausa lain.                   <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lokusi ("") Diproyeksikan sebagai ujaran</li> <li>➤ Ide ('') Diproyeksikan sebagai gagasan/pikiran</li> </ul> </li> </ol> </li> </ol>

Tujuan sosial yang diteliti dalam penelitian dibagi menjadi dua tujuan, meliputi tujuan khusus yaitu tujuan yang ingin dicapai penulis, dan tujuan umum yaitu tujuan yang berdasarkan konteks wacana. Kriteria-kriteria di atas dapat membantu peneliti dalam menganalisis tiap klausa dalam rubrik “Kompas Karier” yang menjadi tujuan penelitian, khususnya pada karakteristik bahasanya.

Selain instrumen utama, terdapat instrumen pendukung penelitian yaitu penggunaan perangkat keras guna mempermudah pencarian dan penganalisis data. Perangkat keras yang digunakan berupa *laptop* sebagai sarana untuk mencari data dalam internet dan sebagai alat untuk menyusun deskripsi analisis terhadap data.

Selain *laptop*, perangkat keras lainnya adalah kartu data yang digunakan untuk membantu proses pencatatan pada saat pengumpulan data dan membantu dalam pengecekan, dalam hal ini data berupa struktur generik, karakteristik bahasa dan tujuan sosial dalam wacana rubrik “Kompas Karier”.

Dalam kartu data digunakan angka Arab dan huruf untuk pemberian kode data. Kode-kode tersebut meliputi judul topik, nomor data, nomor paragraf, dan nomor klausa. Contoh kartu data penelitian dapat dilihat pada Gambar 5 sebagai berikut.

(Em/1/1.1a) Salah satu indikator organisasi yang sehat adalah...
--

**Gambar 5. Kartu Data**

Keterangan:

Em : *Empowerment*

- 1 : data nomor satu
- 1.1a : klausa pertama pada kalimat pertama dari paragraf pertama

## **E. Metode dan Teknik Analisis Data**

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode padan dan distribusional. Metode padan digunakan untuk mendapatkan struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*. Metode padan ialah metode yang dipakai untuk mengkaji atau menentukan identitas satuan lingual penentu dalam memakai alat penentu yang berada diluar bahasa, terlepas dari bahasa dan tidak menjadi bagian dari bahasa yang bersangkutan.

Selain metode padan, metode distribusional digunakan untuk mendapatkan karakteristik bahasa dalam wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*. Metode distribusional atau agih ini menggunakan alat penentu unsur bahasa sendiri. Teknik yang digunakan adalah teknik pilah unsur langsung. Teknik pilah unsur langsung yaitu memilah atau mengurai suatu konstruksi tertentu (morfologi atau sintaksis) atas unsur-unsur langsung. Teknik ini digunakan untuk menganalisis klausa dalam wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*.

## **F. Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Hal yang dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data dalam penelitian ini adalah melakukan ketekunan pengamatan, dan triangulasi.

#### a. Ketekunan Pengamatan

Moleong (2007: 329) menyatakan bahwa ketekunan pengamatan dalam penelitian dilakukan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari, kemudian memusatkannya pada hal-hal tersebut secara rinci. Dalam hal ini, peneliti melakukan pengamatan, pencatatan, dan pengklasifikasian data secara lebih cermat dan hati-hati agar didapatkan hasil yang benar-benar *valid*.

#### b. Triangulasi

Pengertian triangulasi menurut Mudjia Rahardjo (2010) yang diunduh dari <http://mudjiarahardjo.uin-malang.ac.id/> adalah pengecekan keabsahan data yang menggunakan berbagai sudut pandang sehingga dapat memperoleh kebenaran tingkat tinggi.

“Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Oleh karena itu, triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data”.

Dengan demikian, triangulasi bertujuan untuk mengecek kebenaran data tertentu dengan menggunakan berbagai sudut pandang yang berbeda.

Norman K. Denzin dalam Rahardjo (2010) mendefinisikan bahwa triangulasi sebagai gabungan dari berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji suatu fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Denzin membagi triangulasi menjadi empat macam, yaitu (1) triangulasi metode, dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data

dengan cara yang berbeda. Triangulasi metode ini dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama; (2) triangulasi antar-peneliti (jika penelitian dilakukan dengan kelompok), dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau wawancara; (3) triangulasi sumber data, menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data; dan (4) triangulasi teori, yaitu memanfaatkan dua teori atau lebih untuk diadu atau dipadu. Dalam penelitian ini, digunakan triangulasi teori, yaitu dengan memadukan dua teori untuk mendapatkan hasil yang komprehensif.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan disajikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis genre rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*. Secara sistematis, laporan penelitian ini disajikan dalam dua susunan, yaitu (A) hasil penelitian yang berisikan hasil penelitian struktur generik, karakteristik bahasa, dan tujuan sosial wacana, dan (B) pembahasan mengenai struktur generik, karakteristik bahasa, dan tujuan sosial wacana.

#### **A. Hasil Penelitian**

Berdasarkan penelitian deskripsi yang dilakukan pada wacana data terpilih dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*, diperoleh hasil penelitian berupa struktur generik, karakteristik bahasa, dan tujuan sosial wacana. Berikut akan dideskripsikan hasil temuan dari penelitian ini.

##### **1. Struktur Generik Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian *Kompas***

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa struktur generik pada rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* dapat dikelompokkan menurut bentuk wacana, kelengkapan unsur dan variasinya. Hal ini dikarenakan munculnya unsur pilihan dengan posisi yang tersebar. Unsur wajib yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain tesis, argumen, dan reiterasi, sedangkan unsur pilihan yang muncul dalam penelitian adalah contoh pengalaman.

### a. Struktur Generik Berdasarkan Bentuk Wacana

Berdasarkan bentuk wacananya, struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* atas data terpilih dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu struktur generik wacana deduktif dan struktur generik wacana induktif. Tahapan pertama dalam wacana pada struktur generik wacana deduktif dimulai dengan unsur tesis, sedangkan tahapan pertama pada struktur generik wacana induktif dimulai dengan unsur contoh pengalaman. Dalam penelitian ini ditemukan 8 data yang termasuk dalam kategori struktur generik wacana deduktif, yaitu *Em*, *NTK*, *Ah*, *DD*, *BB*, *Men*, *Mar*, dan *PM*. Sementara itu, ditemukan 2 data yang termasuk ke dalam struktur generik wacana induktif yaitu *TK* dan *Ra*. Berikut ditampilkan Tabel 8 mengenai struktur generik wacana berdasarkan bentuk wacana.

**Tabel 8. Struktur Generik Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian *Kompas* Berdasarkan Bentuk Wacana**

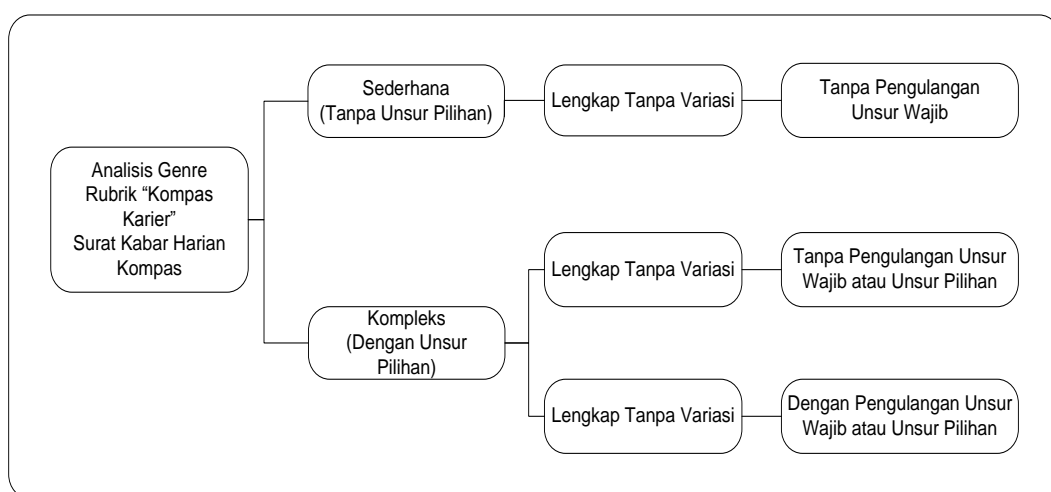
KODE DATA	STRUKTUR GENERIK	JUMLAH UNSUR	JUMLAH LANGKAH
<b>Struktur Generik Wacana Deduktif</b>			
<i>Ah, Men</i>	tesis^ argumen^ reiterasi	3	3
<i>DD, BB, Mar</i>	tesis^ argumen^ (contoh pengalaman)^ reiterasi	4	4
<i>Em, NTK, PM</i>	tesis^ argumen^ (contoh pengalaman)^ [argumen]^ reiterasi	4	5
<b>Struktur Generik Wacana Induktif</b>			
<i>TK</i>	(contoh pengalaman)^ tesis^ argumen^ reiterasi	4	4
<i>Ra</i>	(contoh pengalaman)^ tesis^ [(contoh pengalaman)]^ argumen^ reiterasi	4	5

### b. Struktur Generik Berdasarkan Kelengkapan Unsur dan Variasinya

Ditinjau dari kelengkapan unsur, struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu lengkap sederhana dan lengkap kompleks. Bila ditinjau dari variasinya,



wacana lengkap sederhana tidak ditemukan variasi, sedangkan dalam wacana lengkap kompleks dibagi menjadi dua, yaitu lengkap kompleks tanpa variasi dan lengkap kompleks dengan variasi. Variasi unsur yang terdapat dalam wacana adalah variasi pengulangan. Pengelompokan berdasarkan kelengkapan unsur dan variasinya dapat dilihat dari Gambar 6 di bawah ini.



**Gambar 6. Pengelompokan Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian Kompas Berdasarkan Kelengkapan Unsur dan Variasinya**

Hasil temuan struktur generik wacana lengkap sederhana terdapat pada data *Ah* dan *Men*, struktur generik wacana lengkap kompleks tanpa variasi terdapat pada data *DD*, *BB*, *Mar*, dan *TK*, dan yang termasuk ke dalam struktur generik wacana lengkap kompleks dengan variasi terdapat pada data *Em*, *NTK*, *PM*, dan *Ra*. Berikut ditampilkan Tabel 9 mengenai data struktur generik berdasarkan kelengkapan unsur dan variasinya.

**Tabel 9 Struktur Generik Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian *Kompas* Berdasarkan Kelengkapan Unsur dan Variasi**

KODE DATA	STRUKTUR GENERIK
<b>Struktur Generik Lengkap Sederhana Tanpa Variasi</b>	
<i>Ah, Men</i>	tesis^ argumen^ reiterasi
<b>Struktur Generik Lengkap Kompleks Tanpa Variasi</b>	
<i>DD, BB, Mar</i>	tesis^ argumen^ (contoh pengalaman)^ reiterasi
<i>TK</i>	(contoh pengalaman)^ tesis^ argumen^ reiterasi
<b>Struktur Generik Lengkap Kompleks Dengan Variasi</b>	
<i>Em, NTK, PM</i>	tesis^ argumen^ (contoh pengalaman)^ [argumen]^ reiterasi
<i>Ra</i>	(contoh pengalaman)^ tesis^ [(contoh pengalaman)]^ argumen^ reiterasi

## **2. Karakteristik Bahasa Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian *Kompas***

Karakteristik bahasa diperoleh melalui sistem transitivitas dan sistem makna logikal. Sistem transitivitas digunakan untuk menemukan jumlah proses dan dominan proses yang digunakan dalam wacana. Sementara itu, sistem makna logikal untuk mengetahui hubungan klausa dalam wacana.

### **a. Transitivitas Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian *Kompas***

Hasil temuan sistem transitivitas dari ke-10 data terpilih pada rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* berjumlah 1022 proses. Penggunaan proses dominan ditemukan pada proses material dengan frekuensi kemunculan sebanyak 379 proses atau 37.08%. Selanjutnya diikuti oleh proses mental sebanyak 361 proses atau 35.32%, proses relasional sebanyak 143 proses atau 13.99%, proses verbal sebanyak 96 proses atau 9.39%, dan proses eksistensial sebanyak 43 proses atau 4.21%. Berikut ini akan ditampilkan

frekuensi kemunculan sistem transitivitas dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* pada Tabel 10.

**Tabel 10. Frekuensi Kemunculan Sistem Transitivitas Wacana Rubrik Kompas Karier Surat Kabar Harian *Kompas***

KODE DATA	PROSES TRANSITIVITAS					
	Material	Mental	Relasional	Verbal	Eksistensial	Σ
<i>Em</i>	37 (41.11%)	35 (38.89%)	10 (11.11%)	1 (1.11%)	7 (7.78%)	90
<i>Ra</i>	44 (43.14%)	33 (32.35%)	15 (14.70%)	5 (4.90%)	5 (4.90%)	102
<i>NTK</i>	62 (48.44%)	29 (22.66%)	22 (17.18%)	10 (7.81%)	5 (3.91%)	128
<i>TK</i>	23 (25.00%)	33 (35.87%)	15 (16.30%)	18 (19.56%)	3 (3.26%)	92
<i>Ah</i>	37 (37.37%)	28 (28.28%)	13 (13.13%)	14 (14.14%)	7 (7.07%)	99
<i>DD</i>	39 (36.45%)	40 (37.38%)	12 (11.21%)	11 (10.28%)	5 (4.67%)	107
<i>BB</i>	41 (39.81%)	31 (30.09%)	13 (12.62%)	16 (15.53%)	2 (1.94%)	103
<i>Men</i>	40 (38.09%)	37 (35.24%)	10 (9.52%)	14 (13.33%)	4 (3.81%)	105
<i>Mar</i>	29 (28.43%)	50 (49.02%)	14 (13.72%)	7 (6.86%)	2 (1.96%)	102
<i>PM</i>	27 (28.72%)	45 (47.87%)	19 (20.21%)	0 (0.00%)	3 (3.19%)	94
<b>Total</b>	<b>379 (37.08%)</b>	<b>361 (35.32%)</b>	<b>143 (13.99%)</b>	<b>96 (9.39%)</b>	<b>43 (4.21%)</b>	<b>1022</b>

#### **b. Makna Logikal dalam Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian *Kompas***

Makna logikal diperoleh melalui sistem taksis dan logiko-semantik. Taksis sendiri terbagi menjadi parataksis dan hipotaksis, sedangkan logiko-semantik terbagi menjadi ekspansi dan proyeksi. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan jumlah keseluruhan proses pada sistem makna logikal dari ke-10 wacana terpilih rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* sebanyak 459 proses. Frekuensi kemunculan sistem makna logikal rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* ditampilkan pada Tabel 11 berikut ini.

**Tabel 11. Frekuensi Kemunculan Sistem Taksis (Parataksis dan Hipotaksis) dan Sistem Logiko-Semantik (Ekspansi dan Proyeksi) dalam Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian *Kompas***

Kode Data	PARATAKSIS					HIPOTAKSIS					Σ
	EKSPANSI			PROYEKSI		EKSPANSI			PROYEKSI		
	Elaborasi	Ekstensi	Enhancemen	Lokusi	Ide	Elaborasi	Ekstensi	Enhancemen	Lokusi	Ide	
<b>Em</b>	3	15	0	0	0	1	1	14	2	3	39
	7.70%	38.50%	0.00%	0.00%	0.00%	2.60%	2.60%	35.90%	5.10%	7.70%	100%
<b>Ra</b>	0	14	3	0	0	2	4	18	5	1	47
	0.00%	29.80%	6.40%	0.00%	0.00%	4.30%	8.50%	38.30%	10.60%	2.10%	100%
<b>NTK</b>	3	13	1	3	0	3	6	27	1	2	59
	5.10%	22.00%	1.70%	5.10%	0.00%	5.10%	10.20%	45.80%	1.70%	3.40%	100%
<b>TK</b>	2	9	0	4	0	0	1	23	2	4	45
	4.40%	20.00%	0.00%	8.90%	0.00%	0.00%	2.20%	51.10%	4.40%	8.90%	100%
<b>Ah</b>	0	14	0	3	0	2	1	15	3	0	38
	0.00%	36.80%	0.00%	7.90%	0.00%	5.30%	2.60%	39.50%	7.90%	0.00%	100%
<b>DD</b>	1	17	0	3	0	1	3	23	1	1	50
	2.00%	34.00%	0.00%	6.00%	0.00%	2.00%	6.00%	46.00%	2.00%	2.00%	100%
<b>BB</b>	0	9	1	3	0	1	5	21	6	1	47
	0.00%	19.10%	2.10%	6.40%	0.00%	2.10%	10.60%	44.70%	12.80%	2.10%	100%
<b>Men</b>	0	18	3	0	0	0	1	21	2	0	45
	0.00%	40.00%	6.70%	0.00%	0.00%	0.00%	2.20%	46.70%	4.40%	0.00%	100%
<b>Mar</b>	2	12	0	2	0	2	1	22	3	3	47
	4.20%	25.50%	0.00%	4.20%	0.00%	4.20%	2.10%	46.80%	6.40%	6.40%	100%
<b>PM</b>	2	15	0	0	0	3	0	21	0	1	42
	4.80%	35.70%	0.00%	0.00%	0.00%	7.10%	0.00%	50.00%	0.00%	2.40%	100%
Σ	13	136	8	18	0	15	23	205	25	16	459 100%
	2.80%	29.60%	1.70%	3.90%	0.00%	3.30%	5.00%	44.70%	5.40%	3.50%	
	175 (38.13%)					284 (61.87%)					

Rincian atas penggunaan sistem logiko-semantik pada wacana rubrik

“Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* adalah sebagai berikut: frekuensi kemunculan pada klausa parataksis sebanyak 175 proses atau 38.13% dan frekuensi kemunculan klausa hipotaksis sebanyak 284 proses atau 61.87%. Frekuensi kemunculan klausa parataksis ekspansi jenis elaborasi sebanyak 13 proses (2.80%), ekstensi 136 proses (29.60%), dan enhancemen 8 proses (1.70%); sementara parataksis proyeksi jenis lokusi sebanyak 18 proses (3.90%). Frekuensi kemunculan pada hipotaksis ekspansi jenis elaborasi sebanyak 15 proses (3.30%), ekstensi 23 proses (5.00%), dan enhancemen sebanyak 205 proses (44.70%); sementara hipotaksis proyeksi jenis lokusi sebanyak 25 proses (5.40%) dan ide sebanyak 16 proses (3.50%). Berikut Tabel 12 menampilkan urutan frekuensi kemunculan pada sistem logiko-semantik.

**Tabel 12. Urutan Frekuensi Kemunculan Makna Logikal**

NO	LOGIKO-SEMANTIK	TAKSIS	FREKUENSI KEMUNCULAN
1.	Enhancemen	Hipotaksis	44.70%
2.	Ekstensi	Parataksis	29.60%
3.	Lokusi	Hipotaksis	5.40%
4.	Ekstensi	Hipotaksis	5.00%
5.	Lokusi	Parataksis	3.90%
6.	Ide	Hipotaksis	3.50%
7.	Elaborasi	Hipotaksis	3.30%
8.	Elaborasi	Parataksis	2.80%
9.	Enhancemen	Parataksis	1.70%
10.	Ide	Parataksis	0.00%

### **3. Tujuan Sosial Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian *Kompas***

Tujuan sosial yang disampaikan penulis melalui wacana-wacana yang ditulisnya dalam rubrik “Kompas Karier” dapat diketahui dengan memperhatikan sistem transitivitas dan makna tekstual wacana. Setelah proses pembacaan dan pengamatan terhadap transitivitas wacana, dapat diketahui bahwa tujuan sosial wacana dalam rubrik “Kompas Karier” ada dua macam, yaitu khusus dan umum. Tujuan khusus yaitu tujuan yang ingin dicapai penulis dan tujuan umum yaitu tujuan yang berdasarkan konteks wacana. Berikut ini disajikan Tabel 13 mengenai tujuan khusus dan umum dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*.

**Tabel 13. Tujuan Sosial Wacana Rubrik “Kompas Karier” dalam Surat Kabar Harian Kompas**

KODE DATA	TUJUAN SOSIAL	
	UMUM	KHUSUS
<i>Em</i>	Agar setiap perusahaan sebaiknya menciptakan <i>empowerment</i> bawahan yang dapat menguntungkan perusahaan melalui sikap responsif, inovasi, dan kemampuan belajar yang cangguh.	Agar setiap individu harus aktif membiasakan diri untuk tidak bersikap <i>indecisive</i> , yaitu tidak bisa mengambil keputusan terhadap suatu masalah.
<i>Ra</i>	Agar perusahaan aktif berstrategi membina <i>rapport</i> sehingga hubungan kepemimpinan lancar antara perusahaan dengan karyawannya.	Agar individu harus mampu membuka diri tanpa diwarnai oleh wewenang, status, jabatan, dan sebagainya, sehingga <i>rapport</i> atau pencairan hubungan antara keduanya dapat terjadi.
<i>NTK</i>	Agar perusahaan aktif memberikan keyakinan kepada karyawannya bahwa perusahaan dapat sukses bila semua karyawan memiliki kreativitas dan berinovasi, bukan hanya segelintir orang saja.	Agar setiap orang terus meningkatkan kreativitas diri yang nantinya dapat menguntungkan, baik dirinya sendiri maupun perusahaan.
<i>TK</i>	Agar perusahaan lebih memperhatikan tradisi ‘terima kasih’ untuk mengembangkan lingkungan karyawan yang lebih positif dan apresiatif sehingga akan mendorong produktivitas.	Agar individu selalu membiasakan diri mengucapkan ‘terima kasih’ yang memberi banyak manfaat, terutama dalam lingkungan sosial atau kerja.
<i>Ah</i>	Agar setiap perusahaan dapat mengembangkan keahlian karyawannya sehingga perusahaan tidak berhadapan dengan ‘ <i>potensial lose</i> ’.	Agar individu selalu mengembangkan keahliannya yang dapat berguna di zaman di mana banyak perusahaan sangat membutuhkan seseorang yang sudah <i>expert</i> di bidangnya.
<i>DD</i>	Agar suatu lembaga atau perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan karyawan atau bawahannya terhadap perusahaan dengan berbagai hal yang dapat menunjukkan kualitas perusahaan.	Agar seorang pemimpin harus dapat membuktikan kualitas dirinya sebagai pemimpin, agar memperoleh kepercayaan dari pengikutnya.
<i>BB</i>	Agar setiap perusahaan selalu memotivasi karyawan dalam bekerja dengan menciptakan dan memberi ruang karyawan dalam mengekspresikan emosinya.	Agar tercipta suasana yang menyenangkan dan semangat dalam bekerja, setiap individu harus merasa bahagia terlebih dahulu di dalam dirinya sehingga produktivitas dan kinerja tidak terganggu.
<i>Men</i>	Agar perusahaan dapat mampu menjadi tempat ‘mendengarkan’ di mana karyawan dapat menuangkan pendapat, saran, kritik maupun keluhan secara terbuka, lalu kemudian memahami dan menindaklanjutinya, yang nantinya tidak hanya memberi dampak positif, tetapi dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan.	Agar selalu menanamkan sikap ‘mendengarkan’ kepada setiap individu, yang memberi banyak manfaat kepada dirinya dalam memberi solusi dan pengambilan keputusan yang tepat sasaran dan terarah.
<i>Mar</i>	Agar individu dapat memelihara nilai-nilai dan etika, dan menerapkan praktik-praktik terbaik yang mengikuti kaidah atau standar yang benar dalam meningkatkan martabat kita.	Agar individu tidak selalu melihat seseorang dengan hanya ukuran materialnya saja, tetapi dilihat dari keseharian mereka yang selalu berusaha keras untuk menjadi yang terbaik dengan menjunjung nilai-nilai dan etika yang dilakukan dengan disiplin yang keras.
<i>PM</i>	Agar dalam menumbuhkan mental pejuang, individu perlu turun langsung merasakan di lapangan, dengan diiringi disiplin, kepekaan dan mawas diri, serta terlatih untuk mengamati posisi diri terhadap lingkungan sosial dan berusaha menerima dan memahami kebutuhannya.	Agar tidak selalu mengkaitkan perjuangan dengan kekerasan, melainkan dengan memperbaiki mental sebagai pekerja, dan menonjolkan keberanian dan pengorbanan untuk membela kepentingan orang banyak dibandingkan diri sendiri dan lingkungannya.

## **B. Pembahasan**

Pembahasan dalam penelitian ini adalah penjelasan mengenai hasil temuan penelitian berupa struktur generik, karakteristik bahasa, dan tujuan sosial wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*.

### **1. Struktur Generik Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian *Kompas***

Hasil penelitian menyebutkan bahwa struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* dikelompokkan berdasarkan bentuk wacana, kelengkapan unsur dan variasinya. Struktur generik berdasarkan bentuk wacana terbagi atas dua, yaitu struktur generik wacana deduktif dan struktur generik wacana induktif. Pengelompokan kedua kategori ini didasarkan atas unsur atau langkah pertama yang digunakan dalam wacana tersebut. Sementara itu, berdasarkan kelengkapan unsur dan variasinya, struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* terbagi atas dua, yaitu struktur lengkap sederhana dan struktur lengkap kompleks. Pengelompokan kategori ini didasarkan atas ada atau tidaknya unsur pilihan, yaitu contoh pengalaman.

#### **a. Struktur Generik Berdasarkan Bentuk Wacana**

##### **1) Struktur Generik Wacana Deduktif**

Dari hasil penelitian terdapat 8 data yang termasuk dalam kategori struktur generik deduktif, yaitu *Em*, *NTK*, *Ah*, *DD*, *BB*, *Men*, *Mar*, dan *PM*. Struktur generik wacana deduktif merupakan sebuah wacana yang menampilkan isu permasalahan di awal wacana. Wacana jenis ini dimulai dari pernyataan yang bersifat umum, lalu kemudian dikembangkan menggunakan pernyataan-pernyataan khusus.

Pada struktur generik ini, tahap pertama dalam wacana dimulai dengan unsur tesis. Artinya, wacana memunculkan terlebih dahulu permasalahan yang menjadi topik sebelum penyampaian argumen-argumen serta contoh-contoh yang berhubungan dengan topik yang dibahas.

**Tabel 14. Struktur Generik Wacana Deduktif**

KODE DATA	STRUKTUR GENERIK	JUMLAH UNSUR	JUMLAH LANGKAH
<i>Ah, Men</i>	tesis^ argumen^ reiterasi	3	3
<i>DD, BB, Mar</i>	tesis^ argumen^ (contoh pengalaman)^ reiterasi	4	4
<i>Em, NTK, PM</i>	tesis^ argumen^ (contoh pengalaman)^ [argumen]^ reiterasi	4	5

Tabel 14 menunjukkan bahwa struktur generik wacana deduktif memiliki jumlah unsur paling sedikit adalah tiga unsur dan terbanyak terdiri atas empat unsur. Sementara itu, untuk jumlah langkah terlihat bervariasi dikarenakan adanya pengulangan unsur. Struktur generik dengan jumlah unsur tiga terdapat pada data *Ah* dan *Men*. Data *Ah* dan *Men* tersusun atas tiga langkah, yang semuanya merupakan unsur wajib yaitu tesis, argumen, dan reiterasi.

Wacana deduktif dengan jumlah unsur 4 terdapat pada data *Em*, *NTK*, *DD*, *BB*, *Mar*, dan *PM*. Data *DD*, *BB*, dan *Mar* tersusun atas empat langkah, yang terdiri atas tiga unsur wajib dan satu unsur pilihan yaitu contoh pengalaman. Data *Em*, *NTK*, dan *PM* tersusun atas lima langkah, yaitu empat unsur bersifat wajib, yang salah satunya merupakan pengulangan pada unsur argumen dan satu unsur pilihan, yaitu contoh pengalaman. Berikut akan ditampilkan beberapa contoh struktur wacana deduktif di bawah ini.



### [Tesis]

Akses *internet* yang begitu mudahnya saat ini, menjadikan pengetahuan seolah sudah jadi semurah kacang goreng. Kita mengalami banjir informasi. Tiba-tiba kita merasa lebih “*in the know*” daripada waktu-waktu sebelumnya. Bahkan banyak ilmu yang dulunya tidak populer, kini menjadi demikian populer, dengan frekuensi informasi yang bertubi-tubi, melalui sosial media, *blogs* dan lain-lain. Kita bisa belajar menari, menonton cara memasak, cara membuat sabun, bahkan cara membuat bom dan apapun dalam *internet*. Bila beberapa dekade yang lalu orang membayar mahal untuk pergi ke konsultan perkawinan, ahli finansial, konsultan bisnis, sekarang ke semua ilmu itu ada di buku-buku populer, yang ditulis oleh orang yang “tahu”, tetapi tidak terlalu berpengalaman sekali. Kita sudah berada di era “*everyday expert*” yang udah tidak bisa dihindari, ditolak, ataupun dilecehkan.

### [Argumen]

Dulu kita kadang mengatakan, “serahkan saja pada ahlinya”. Namun, pernyataan ini sekarang menjadi kontradiksi, karena kita dihadapkan pada situasi di mana sulit membedakan mana yang benar-benar ahli karena ilmu dan pengalaman, dengan mereka yang menjadi pengamat dan kemudian bisa memberikan kata-kata “cerdas” dan “bertuah” layak ahlinya. Orang dengan mudah menulis dan mempublikasikan *tips*. Orang dengan mudah membuat analisa politik. Bahkan, ajang analisa, tanpa proses edit, disediakan oleh harian-harian terkemuka (...)

### [Reiterasi]

Seorang ahli mengatakan setidaknya untuk membentuk seseorang sampai menjadi ahli, ia harus betul-betul ‘masuk’ ke dalam kegiatan tersebut, dan mengalami pahit manisnya. Sambil mendalaminya, perlu ada tanya jawab yang sangat intensif baik oleh pembimbingnya, maupun oleh yang dilatih. Mempertajam keahlian bisa dilakukan dengan mengembangkan pertanyaan pertanyaan perlu bersifat diagnostik, dan selalu diarahkan pada *problem solving* yang empiris. Kiatnya adalah: “*OPPTY*”: *observation, practice, partnering, problem solving*, dan *taking responsibility*. Ternyata keahlian, tidak gampang diwariskan. Perlu ada kegiatan yang serius untuk pengembangan ini. Hanya dengan ‘mengulik’ secara intensif dan mendalam, seorang *expert* bisa ditumbuhkan. (Data Ah)

Wacana *Ah* berdasarkan bentuk wacana termasuk berstruktur wacana

deduktif, yaitu pada tahapan pertamanya dimulai dengan unsur tesis. Struktur generik wacana tersebut adalah **tesis^ argumen^ reiterasi**.

**Tesis** dalam wacana terdapat pada paragraf pertama. Tesis berkaitan dengan perihal adanya akses internet yang menjadikan pengetahuan dengan mudah kita peroleh, di mana semua ilmu dan pengetahuan dapat ditulis oleh semua orang yang “tahu”, tetapi tidak terlalu berpengalaman sekali. **Argumen** dalam wacana terdapat pada paragraf kedua sampai keenam. Argumen berkaitan dengan perihal perusahaan atau lembaga yang tidak hanya memelihara para ahli tetapi juga membangun para ahli tersebut sebagai tempat

bertanya, tempat menyelesaikan masalah, dan juga tempat mengembangkan kekuatan perusahaan, misalnya “*product knowledge*”, inovasi, atau servis bagi karyawan yang lainnya, dengan tujuan memberi keuntungan “nilai” tambah pada perusahaan. **Reiterasi** dalam wacana terdapat pada paragraf ketujuh. Reiterasi berkaitan dengan perihal kiat-kiat untuk menjadikan seseorang menjadi ‘ahli’ karena pada kenyataannya keahlian tidak dengan mudah diwariskan.

#### [Tesis]

Salah satu indikator organisasi yang sehat adalah bila didalamnya terdapat individu-individu yang bersemangat. Kita bisa menyaksikan seseorang yang bekerja melampaui jam kerja yang standar dan masih penasaran menyelesaikan pekerjaannya sampai larut malam. Para ‘*office boy*’ sekalipun bisa terlihat bergerak ke sana kemari, namun tetap tidak lupa memperhatikan apa yang dibutuhkan setiap karyawan yang dilayaninya. Sebaliknya, kita juga tahu bahwa ada lingkungan kerja di mana *mindset* “apa untungnya buat saya?” sangat kencang, dan selalu terjadi hitung-hitungan ‘untung-rugi’ yang ketat antara karyawan dan perusahaan.

#### [Argumen]

##### **Rasa Sukses sebagai Penyemangat**

Kita bisa melihat banyak tantangan yang dihadapi Jokowi-Ahok untuk mengubah mental dan etos kerja institusinya. Namun, suasana kondusif yang kita idam-idamkan, di mana percaya diri dan rasa kompeten karyawan dirasakan setiap individu, bukanlah hal yang mustahil. Keyakinan, visi yang jernih dan sasaran yang jelas tentu merupakan langkah awal yang baik. Agar rasa percaya diri dan rasa kompeten ini semakin subur, seorang atasan mesti bisa memainkan beragam peran, mulai dari ‘*trainer*’, ‘*coach*’ dan ‘*mentor*’ bagi anak buah (...) Menciptakan ‘*Empowerment*’ dalam organisasi menyangkut ‘*self concept*’, ‘*self esteem*’ dan ‘*self talk*’ individu. Individu perlu merasa berharga, berguna, mempunyai pandangan positif mengenai karir, tugas dan pekerjaannya, dan selalu mempunyai ungkapan-ungkapan yang positif dalam ‘*self dialog*’-nya.

#### [Contoh pengalaman]

##### **Tanggung Jawab Pengambilan Keputusan**

Di sebuah perusahaan, seorang *salesman* potensial namun tergolong masih junior ditunjuk untuk mengikuti pertemuan industri sejenis di luar negeri. Ia kemudian datang ke atasannya dan mengatakan bahwa ia sebaiknya tidak diikutkan dalam tim, karena belum menguasai bisnis dibanding dengan rekan kerja lainnya yang sudah hafal mengenai kasus-kasus transaksi di perusahaan. Padahal, sebetulnya ia bisa dengan mudah ikut dalam rombongan, sekedar menikmati perjalanan dinas yang belum pernah dialaminya. Namun, hal ini tidak dilakukan, karena ia merasa punya tanggung jawab untuk memberi kontribusi penting dalam setiap penugasannya. Inilah yang membedakan individu yang ‘*empowered*’ dan yang tidak. Individu yang ‘*empowered*’ mampu mengambil keputusan atas dirinya, dan ‘*take charge*’ terhadap nasib karirnya sendiri.

#### [Argumen]

Kita sendiri pun mungkin sering menggunakan ungkapan “serahkan pada ahlinya”, dan tidak menyadari bahwa sikap ini bisa menjadikan individu seolah menghindari dari pengambilan keputusan dan mengambil jarak terhadap

suatu permasalahan. Akibatnya, individu terbiasa bersikap '*indecisive*', tidak bisa mengambil keputusan di dalam *area* wewenangnya.

**[Reiterasi]**

Kita memang tidak bisa menutup mata bahwa individu dibesarkan dengan cara yang berbeda-beda. Ada anak yang sudah diberi pilihan sejak kecil, tetapi ada juga anak yang pilihan hidupnya dibuatkan oleh orang tua. Alhasil, dalam organisasi kita akan menemukan individu yang bervariasi, dari mempunyai kapasitas '*self growth*' besar dan kecil. Jadi, bisakah kita menciptakan *empowerment* di organisasi? Yang jelas, menciptakan suasana penuh inisiatif dan berspirit ini bukan suatu proses membalik tangan. Ini sama dengan kenyataan bahwa kita tidak bisa mengubah budaya korporasi dengan satu program saja. Menciptakan suasana penuh *empowerment* adalah proses yang dinamis, panjang, dan menyentuh area 'bawah sadar' individu. (Data *Em*)

Wacana *Em* berdasarkan bentuk wacana termasuk berstruktur wacana

deduktif. Struktur generik wacana tersebut adalah **tesis**^ **argumen**^ (contoh pengalaman)^ [argumen]^ **reiterasi**.

**Tesis** dalam wacana terdapat pada paragraf pertama dan kedua. Tesis berkaitan dengan perihal perusahaan yang harus menjadi wadah yang nyaman untuk bekerja, berkarya, dan berinovasi untuk karyawannya sehingga perlu mengagendakan *empowerment* dalam membina karyawan. **Argumen** dalam wacana terdapat pada paragraf ketiga dan keempat. Argumen berkaitan mengenai pentingnya menciptakan *empowerment* dalam perusahaan yang menyangkut tiga aspek, yaitu *self concept*, *self esteem*, dan *self talk* individu. Selain itu, perusahaan juga harus dapat bersikap sebagai *trainer*, *coach*, dan mentor bagi karyawannya.

**Contoh pengalaman** dalam wacana terdapat pada paragraf kelima. Contoh pengalaman berkaitan dengan pengalaman pada sebuah perusahaan di mana seorang *salesman* potensial yang masih junior yang ditunjuk perusahaan menolak untuk mengikuti pertemuan industri dengan alasan belum menguasai bisnis dibandingkan dengan rekan kerja lainnya yang sudah hafal mengenai kasus-kasus transaksi di perusahaan. **Argumen** (pengulangan) dalam wacana terdapat pada paragraf keenam. Argumen berkaitan mengenai individu yang

selalu bersikap *indecisive* dan tidak bisa mengambil keputusan baik pekerjaannya maupun keputusan atas diri dan nasibnya sendiri dapat mempengaruhi struktur '*power*' perusahaan. **Reiterasi** dalam wacana terdapat pada paragraf ketujuh. Reiterasi berkaitan mengenai menciptakan *empowerment* dalam perusahaan bukan suatu proses yang mudah, tetapi proses yang dinamis, panjang, dan menyentuh area 'bawah sadar' individu.

## 2) Struktur Generik Wacana Induktif

Struktur wacana induktif merupakan sebuah wacana yang menggambarkan suatu keadaan yang menampilkan keadaan khusus terlebih dahulu kemudian keadaan umum. Keadaan khusus di sini dimunculkan oleh unsur pilihan, yaitu contoh pengalaman. Artinya, dalam wacana memunculkan contoh terlebih dahulu lalu kemudian penjelasan dan argumen-argumen dari topik yang dibahas. Berikut Tabel 15 mengenai struktur generik wacana induktif.

**Tabel 15. Struktur Generik Wacana Induktif**

KODE DATA	STRUKTUR GENERIK	JUMLAH UNSUR	JUMLAH LANGKAH
<i>TK</i>	(contoh pengalaman)^ tesis^ argumen^ reiterasi	4	4
<i>Ra</i>	(contoh pengalaman)^ tesis^ [(contoh pengalaman)]^ argumen^ reiterasi	4	5

Tabel 15 di atas menunjukkan bahwa pada struktur generik wacana induktif, jumlah unsur terdiri atas empat unsur dengan jumlah langkah bervariasi dikarenakan mengalami pengulangan unsur. Data *TK* menunjukkan bahwa dalam wacana terdiri atas empat langkah, yaitu terdiri dari tiga unsur wajib dan tanpa pengulangan, serta satu unsur pilihan yaitu contoh pengalaman. Sementara data *Ra* menunjukkan bahwa dalam wacana terdiri atas lima langkah,

yaitu tiga unsur wajib, dan dua unsur pilihan, yaitu contoh pengalaman yang mengalami pengulangan. Berikut contoh struktur wacana induktif di bawah ini.

**[Contoh pengalaman]**

Teman saya, seorang yang sukses memimpin berbagai perusahaan dan sangat populer di pergaulan, mempunyai kebiasaan yang sudah sangat dikenali oleh orang-orang yang dekat dengannya. Setiap percakapan melalui email atau teks, selalu diakhirinya dengan kata: "Terima kasih". Hal yang unik adalah ia ingin agar dialah yang menutup pembicaraan. Bila ucapan "terima kasih"-nya kita jawab, maka ia akan menambahkan komentar lain, supaya ia menjadi orang yang terakhir berucap dalam dialog itu. Pada sebuah kesempatan, saya tanyakan, mengapa ia mempunyai kebiasaan 'manis' ini. Jawaban beliau sederhana saja: "Itu cara saya menghargai orang".

**[Tesis]**

Setiap orang memang bisa punya pandangan berbeda-beda mengenai ungkapan 'terima kasih'. Seorang manajer pernah mengeluh bahwa ungkapan terima kasih yang ia sampaikan, kerap oleh orang lain dianggap otomatis memang harus demikian. Itu sebabnya, ada pula orang yang merasa bahwa ungkapan tersebut bisa digantikan proses elektrik yang dilakukan oleh komputer. Bagi sebagian orang, ungkapan 'terima kasih' dianggap sebagai sesuatu yang "ekstra", yang hanya diberikan untuk tindakan-tindakan yang melampaui ekspektansi. Bukan untuk hasil tindakan sehari-hari. "Mereka dibayar untuk mengerjakan pekerjaan mereka, mengapa kita harus mengucapkan terima kasih?", ujar seorang 'owner' perusahaan. Di sebuah organisasi yang tengah menggalakkan budaya "*Smile & Thanks*", seorang karyawan bahkan berkata, "Saat saya menandatangani kontrak kerja dulu, tidak tertulis kewajiban untuk mengatakan 'terima kasih'. Jadi, mengapa harus repot-repot?". Alangkah bertentangnya dengan teman saya di atas.

**[Argumen]**

Kata terima kasih, memang terasa begitu sederhana, sehingga tanpa disadari sering terlewat dalam benak kita. Kita bisa jadi terlalu sibuk dengan kegiatan bisnis, berorganisasi, politik untuk bersikap 'baik' pada orang lain. Kita mungkin lupa bahwa ungkapan terima kasih bisa mengandung "*magic*". Kata 'terima kasih' juga jelas mengandung rasa hormat dan menyalurkan rasa 'care' yang berbobot emosi. Bila reward dan apresiasi untuk prestasi cemerlang, kerap kita tuangkan dalam program dan strategi untuk memotivasi karyawan, kita sering lupa bahwa situasi yang sehari-hari dan rutinalah yang lebih dominan di dunia kerja. Disinilah kita sering kecolongan dan lupa menghargai seseorang di dalam tim dan hanya tergugah pada "*extra miles*" saja (...)

**[Reiterasi]**

Kita sering tidak sadar bahwa membuat kebiasaan kecil, seperti "*say thank you*" mempunyai dampak demikian besar pada kultur kelompok. Ada perusahaan yang mempunyai prosedur standar, dalam rencana proyeknya, yaitu tahapan "terima kasih". Meski ada karyawan yang awalnya mengolok-olok, namun mereka meyakini betapa rutinitas menghargai dan mengucapkan terima kasih secara disiplin akan mengembangkan lingkungan kerja yang lebih positif dan apresiatif, yang ujung-ujungnya akan mendorong produktivitas. Bila kebiasaan mengucapkan terima kasih ini kemudian dikembangkan dengan mengucapkan alasan yang dibumbui dengan keterangan betapa 'action' orang tersebut sudah membuat diri kita beruntung, bayangkan betapa moral tim dan hubungan individu dalam kelompok bisa diperbaiki tanpa perlu mengeluarkan biaya mahal sama sekali. (Data TK)

Wacana *TK* berdasarkan bentuk wacananya berstruktur wacana induktif, yaitu tahapan pertamanya dimulai dengan unsur contoh pengalaman. Struktur generik wacana tersebut adalah (contoh pengalaman)^ **tesis**^ **argumen**^ **reiterasi**.

**Contoh pengalaman** dalam wacana terdapat pada paragraf pertama. Contoh pengalaman menceritakan tentang seseorang yang selalu mengakhiri dengan kata 'terima kasih' pada setiap percakapan melalui email atau teks. **Tesis** dalam wacana terdapat pada paragraf kedua. Tesis berkaitan dengan perihal setiap orang yang memiliki pandangan berbeda mengenai ungkapan 'terima kasih'.

**Argumen** dalam wacana terdapat pada paragraf ketiga sampai keenam. Argumen berkaitan dengan pendapat mengenai ungkapan 'terima kasih' yang memiliki bobot emosional dan rasa hormat. **Reiterasi** dalam wacana terdapat pada paragraf ketujuh. Reiterasi berkaitan dengan perihal membiasakan diri dalam mengucapkan kata 'terima kasih' yang memiliki dampak yang besar dalam kultur kelompok, yang dapat memperbaiki moral dan hubungan individu dalam kelompok.

#### [Contoh pengalaman]

Seorang teman dikenal memiliki reputasi sebagai "*supersalesman*". Kemampuannya dalam *product knowledge* dan mempersuasi pelanggan tidak diragukan lagi. Dengan catatan prestasinya ini, ia diangkat menjadi manajer penjualan dan ditantang untuk membawahi 10 orang '*salesman*'. Dengan *track record* seperti ini, saat ia memangku jabatan baru, kita tentu mengharapkan sudah tidak ada resistensi lagi dari anak buah. Namun ternyata, terasa benar ada ketidakinginan anak buah untuk bekerja sama dengannya, bahkan ada bisik-bisik yang mendiskreditkannya (...)

#### [Tesis]

Kita tentu bertanya-tanya, apa yang membuat seseorang tidak bisa memulai hubungan dengan bawahan? Padahal, kita sadari betapa kepemimpinan bisa macet, bila tidak ada hubungan *interpersonal* yang lancar antara atasan dan bawahan. Situasi ini juga membuka mata kita betapa pembentukan hubungan baik merupakan dasar dan menjadi persyaratan utama dari kepemimpinan, juga hubungan '*coaching-mentoring*'. Dalam ilmu psikologi, pencairan hubungan antara satu orang dengan yang lain ini disebut '*Rapport*'.

*Rapport* ditandai keinginan kedua belah pihak untuk saling menguatkan. Para ahli mengatakan bahwa dasar dari *Rapport* adalah menghilangnya rasa curiga dan tumbuhnya rasa percaya. Pertanyaannya, Mengapa ada orang yang begitu sulit menembus dinding penahan rasa percaya ini?

**[Contoh pengalaman]**

**Membuka diri dengan 'life lessons'**

Seorang teman, bercerita bahwa ia pernah mendapat sahabat justru ketika ia mengalami kecelakaan kecil. Saat itu, orang yang menyaksikan menaruh iba dan menunjukkan empati pada kejadian yang dialaminya. Momen ini kemudian membuka jalan keduanya lebih membuka diri dan tidak ragu untuk berbagi pengalaman hidup, sehingga tanpa disadari hubungan baik pun terbentuk. Namun, membuka diri memang bukan hal yang mudah (...)

**[Argumen]**

Dalam hubungan atasan-bawahan, di mana atasan menuntut bawahan untuk berprestasi, tetapi sekaligus belajar, hubungan tanpa *Rapport* tidak akan mempan. Ini sebabnya, atasanlah yang perlu aktif berstrategi membina *Rapport*. Kitalah yang mesti membiarkan diri mengalami penetrasi sosial. Kuncinya sebetulnya sederhana, orang bisa dengan mudah 'masuk' dalam hubungan yang lebih mendalam, bila mengenal orang lain secara lebih mendalam. Artinya, pengenalan tidak di permukaan saja (...)

**[Reiterasi]**

**Menciptakan 'rasa dimengerti'**

*Rapport* terjadi bila individu merasa aman sepenuhnya dengan keberadaan kita. Selain itu, ia perlu merasa bahwa ia dimengerti. Ini sulit terjadi bila atasan terlalu sibuk dengan agenda dirinya dan memikirkan dirinya sendiri. Untuk itu, atasan perlu untuk sementara waktu bersikap '*selfless*' dan 'selesai' dengan dirinya sendiri. Caranya, antara lain dengan menunjukkan dirinya 100% siap menolong, menghadapi orang lain dengan tulus dan penuh minat mencari tahu tentang keadaan bawahan (...) (Data Ra)

Wacana Ra berdasarkan bentuk wacana merupakan wacana induktif.

Struktur generik wacana tersebut adalah (contoh pengalaman)^ **tesis**^ [(contoh pengalaman)]^ **argumen**^ **reiterasi**.

**Contoh pengalaman** dalam wacana terdapat pada paragraf pertama.

Contoh pengalaman menceritakan seorang salesman yang sudah diangkat menjadi manajer penjualan mengalami kesulitan dalam menjalin hubungan kerja dengan bawahannya. **Tesis** dalam wacana terdapat pada paragraf kedua. Tesis berkaitan dengan perihal kepemimpinan yang dapat tersendat karena *rapport* tidak berfungsi dengan baik, yaitu di mana tidak terjadi hubungan baik antara kedua belah pihak yang menjadi dasar dan persyaratan utama dari kepemimpinan.

**Contoh pengalaman** (pengulangan) dalam wacana terdapat pada paragraf ketiga. Contoh pengalaman menceritakan kisah lain yaitu tentang seseorang yang mendapatkan sahabat ketika ia mengalami musibah, dan membuka kesempatan bagi keduanya untuk membuka diri berbagi pengalaman hidup. **Argumen** dalam wacana terdapat pada paragraf keempat dan kelima. Argumen berkaitan dengan perihal rapport yang tidak berfungsi dalam hubungan atasan-bawahan, di mana atasan menuntut bawahan untuk berpretasi tetapi sekaligus belajar. **Reiterasi** dalam wacana terdapat pada paragraf ketujuh. Reiterasi berkaitan dengan perihal rapport yang akan terjadi bila individu merasa aman dan dimengerti khususnya pada hubungan kerja.

Berdasarkan hasil pengelompokkan struktur generik ke-10 teks terpilih menunjukkan bahwa struktur generik yang ada dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* dominan berbentuk struktur wacana deduktif, selanjutnya wacana induktif. Artinya, dalam sebuah wacana motivasi dunia karier, penulis lebih sering menggunakan suatu permasalahan yang ada sebagai permulaan dalam wacana.

Selain itu, unsur contoh pengalaman hampir mendominasi dengan jumlah 8 dari 10 data terpilih. Hal ini dikarenakan unsur contoh pengalaman difungsikan oleh penulis sebagai penguat pernyataan dari apa yang diungkapkan pada teks. Penempatan unsur contoh pengalaman seperti pada Tabel 8 dibagi menjadi dua, yaitu penempatan unsur contoh pengalaman saat di awal wacana, dan setelah unsur argumen. Contoh pengalaman saat di awal wacana termasuk ke dalam wacana induktif. Fungsinya sebagai pembuka wacana yang menampilkan pengalaman-pengalaman dari topik yang akan dibahas oleh penulis, sedangkan contoh pengalaman yang ditempatkan setelah argumen



difungsikan sebagai penguat pernyataan pendapat yang penulis tampilkan. Wacana ini termasuk ke dalam wacana deduktif.

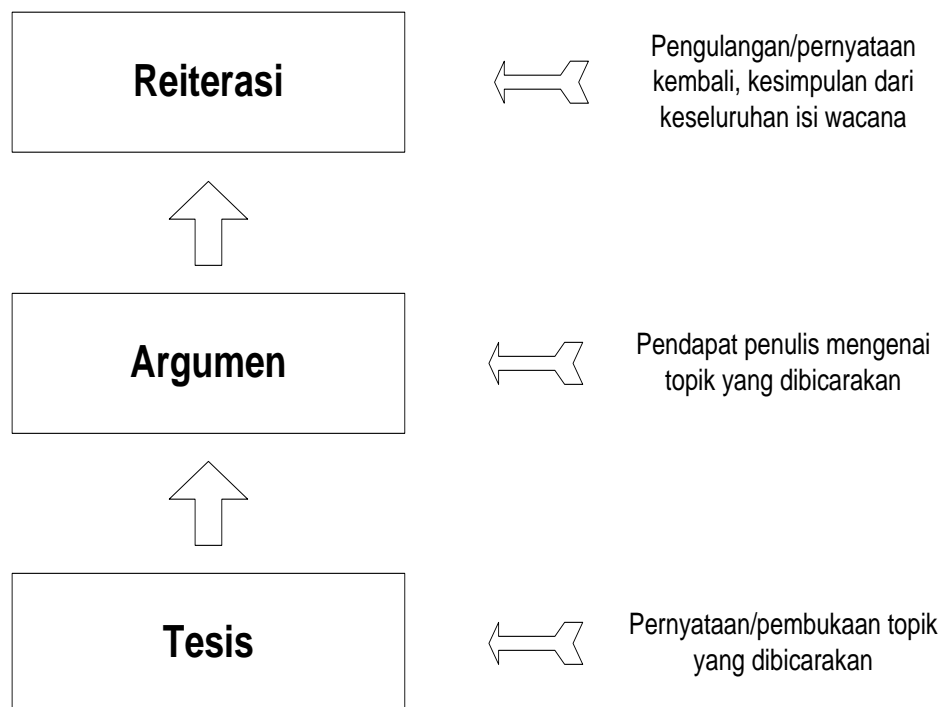
#### **b. Struktur Generik Berdasarkan Kelengkapan Unsur dan Variasinya**

Sebuah wacana eksposisi analitik pada suatu teks menghendaki struktur generiknya minimal memiliki unsur tesis, argumen, dan reiterasi. Dengan ketiga unsur tersebut sebuah teks dapat dikatakan lengkap. Berdasarkan penjelasan tersebut, struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* dapat dikatakan sebagai wacana lengkap.

Ditinjau dari kelengkapan unsur dan variasinya, struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” atas data terpilih dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu lengkap sederhana dan lengkap kompleks.

##### **1) Struktur Generik Wacana Lengkap Sederhana**

Wacana lengkap sederhana memiliki jumlah unsur tiga. Hal ini dikarenakan pada wacana ini tidak memiliki unsur pilihan, yaitu contoh pengalaman. Wacana lengkap sederhana ini tidak ditemukannya variasi. Dari hasil penelitian menunjukkan data *Ah* dan *Men* termasuk ke dalam kategori ini, dengan struktur generik **tesis<sup>^</sup> argumen<sup>^</sup> reiterasi**. Berikut Gambar 7 menampilkan struktur generik wacana lengkap sederhana.



Font tebal dibaca sebagai unsur wajib

#### Gambar 7. Struktur Generik Wacana Lengkap Sederhana

Berdasarkan penjelasan di atas, berikut salah satu contoh yang menampilkan struktur generik wacana lengkap sederhana tanpa variasi.

##### [Tesis]

Bila berbicara dengan orang yang sudah sepuh, berusia di atas 80-an, kita tentu menyadari bahwa untuk memasukkan isi pembicaraan kita ke dalam pemahamannya, biasanya kita perlu berbicara dengan volume lebih keras, lebih perlahan, menggunakan kata sederhana dan mudah dimengerti, juga membatasi kata-kata kita. Mengapa? Nenek atau kakek ini, meskipun menunjukkan usaha untuk mendengarkan apa yang kita bicarakan, namun kemampuan reseptif alias kemampuan mencernanya sudah tidak 100% bekerja lagi. Kebanyakan, memori mereka sudah tidak lagi sempurna untuk mengaitkan apa yang baru diterimanya. Bisakah kita bayangkan dalam posisi seperti orang tua tersebut? Tentu kemampuan kita dalam menerima informasi menjadi sangat terbatas. Kita mungkin sering tidak menyadari bahwa dengan kemampuan mendengar yang sempurna sekalipun, kita kerap tidak mencerpap informasi secara keseluruhan.

##### [Argumen]

Pernahkah di dalam rapat, kita memikirkan hal lain atau berbicara sendiri dengan orang di sebelah kita karena ada agenda pembicaraan lain di luar topik yang tengah dibicarakan dalam rapat? Bisa jadi, kita menatap lawan bicara, mendengar semua kata-katanya, mengangguk-angguk seolah mengerti, namun sebetulnya tidak menyerap dan mengolah informasi yang kita terima. Ada orang yang sibuk dengan pikirannya sendiri, ada yang bersiap-siap untuk

membantah, ada juga orang yang tidak mengerti tetapi tidak menyatakannya. Apa akibatnya? Topik pembicaraan yang didiskusikan, tidak sempat kita kembangkan menjadi tindak lanjut yang berarti dan serius. Bayangkan berapa banyak waktu yang kita buang-buang dengan tidak benar-benar mendengarkan apa yang dikatakan orang lain? Kita jelas tidak menambah pengetahuan, wawasan kita dari diskusi yang terjadi. Bagaimana kita bisa mengembangkan solusi, tindak lanjut dan keputusan yang tajam bila tidak benar-benar mendengarkan? (...)

**[Reiterasi]**

Ungkapan para ahli komunikasi bahwa mendengar lebih penting dari berbicara memang memerlukan praktek yang jelas. Kita tidak bisa mendengar sepotong-sepotong. Kita juga tidak bisa mengklaim telah mendengar bila tidak mengendapkan dan mengkaitkan informasi yang masuk dengan memori dan pengetahuan kita. Jadi, proses mendengarkan lawan bicara, walaupun terlihat cepat dan sederhana, adalah proses yang kompleks dan lengkap. Jadi bukannya bicara, tetapi mendengarkanlah yang harus dikembangkan dalam budaya kita. Mendengarkan jauh lebih penting daripada kegiatan berkoar-koar mengatakan bahwa perusahaan, lembaga, atau negara kita ini terbaik. Bisa kita bayangkan bila dalam organisasi kita, semua orang rajin mendengar, mencatat, dan mencerna, serta menindak lanjuti baik permintaan pelanggan ataupun kejadian di pasar, alangkah majunya kita. (*Data Men*)

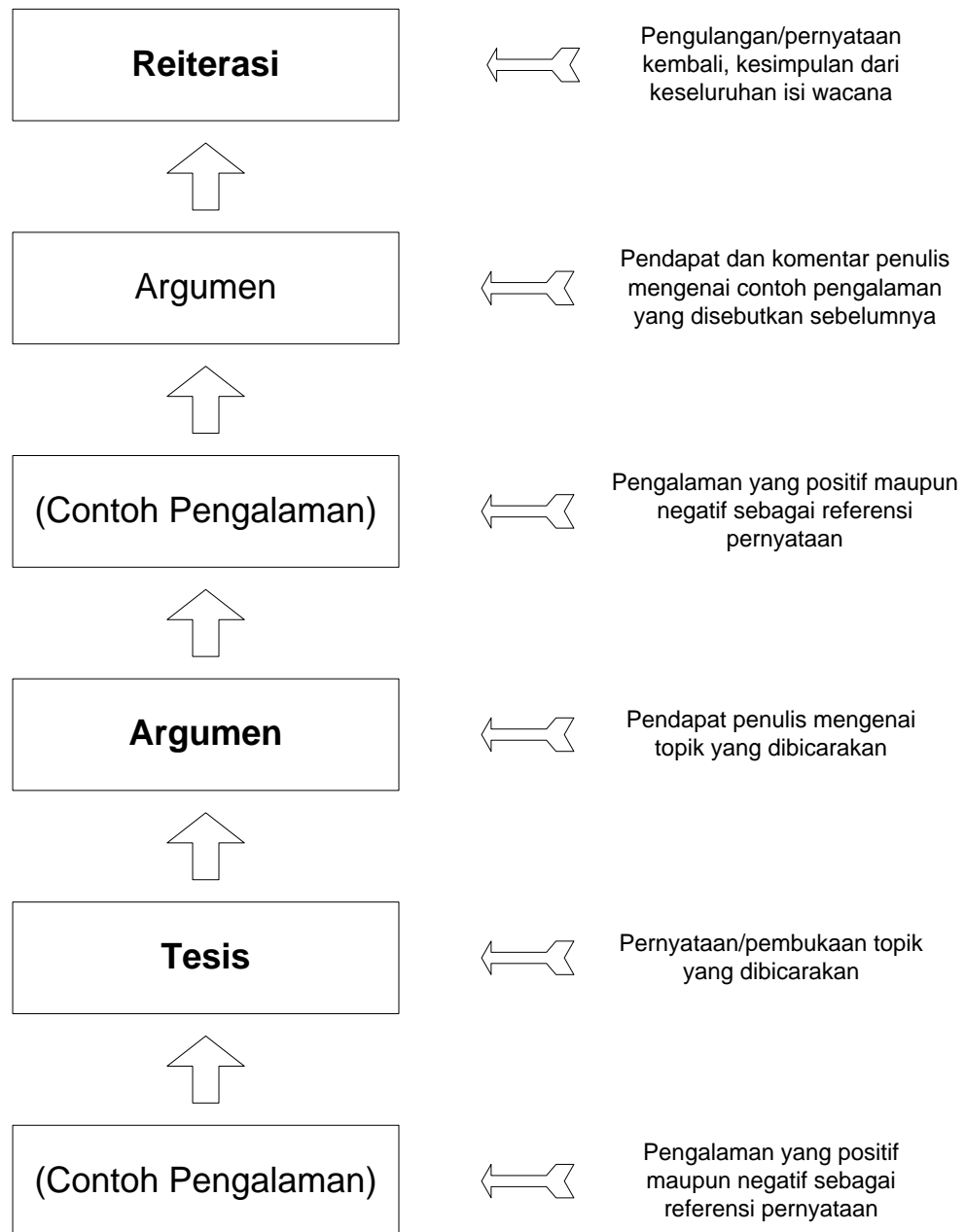
Wacana *Men* berdasarkan kelengkapan unsur dan variasinya merupakan wacana yang berstruktur sederhana tanpa variasi, yaitu tidak terdapat unsur pilihan dan pengulangan unsur di dalam wacananya. Struktur generik wacana tersebut adalah **tesis^ argumen^ reiterasi**.

**Tesis** dalam wacana terdapat pada paragraf pertama. Tesis berkaitan mengenai kemampuan mendengarkan yang sempurna terkadang tidak dapat mencerap informasi secara keseluruhan. **Argumen** dalam wacana terdapat pada paragraf kedua sampai keenam. Argumen berkaitan mengenai masyarakat atau kita yang sering mengabaikan 'mendengarkan' pada aktivitas sehari-hari, termasuk perusahaan, dan manfaat 'mendengarkan' yang diterima individu dan perusahaan. **Reiterasi** dalam wacana terdapat pada paragraf ketujuh. Reiterasi berkaitan mengenai 'mendengarkan' yang harus dikembangkan dalam budaya kita daripada 'berbicara'.

## 2) Struktur Generik Wacana Lengkap Kompleks

Wacana lengkap kompleks memiliki jumlah empat unsur. Hal ini dikarenakan wacana lengkap kompleks memiliki unsur pilihan dalam struktur generiknya. Lain halnya dengan wacana lengkap sederhana, wacana lengkap kompleks ditemukannya variasi dengan pembagian yang terdiri atas wacana lengkap kompleks dengan variasi dan wacana lengkap kompleks tanpa variasi. Variasi unsur yang terdapat dalam wacana adalah variasi pengulangan. Hal tersebut dikatakan dengan variasi pengulangan, jika dalam wacana salah satu atau lebih unsur muncul lebih dari satu kali.

Wacana yang termasuk ke dalam struktur generik kompleks tanpa variasi terdapat pada data *DD*, *BB*, *Mar*, dan *TK*. Data *DD*, *BB*, dan *Mar* dengan struktur generik **tesis<sup>^</sup> argumen<sup>^</sup> (contoh pengalaman)<sup>^</sup> reiterasi**. Data *TK* dengan struktur generik **(contoh pengalaman)<sup>^</sup> tesis<sup>^</sup> argumen<sup>^</sup> reiterasi**. Wacana yang termasuk ke dalam struktur generik kompleks dengan variasi terdapat pada data *Em*, *NTK*, *PM*, dan *Ra*. Data *EM*, *NTK*, dan *PM* dengan struktur generik **tesis<sup>^</sup> argumen<sup>^</sup> (contoh pengalaman)<sup>^</sup> [argumen]<sup>^</sup> reiterasi**. Data *Ra* dengan struktur generik **(contoh pengalaman)<sup>^</sup> tesis<sup>^</sup> [(contoh pengalaman)]<sup>^</sup> argumen<sup>^</sup> reiterasi**. Pada data *Em*, *NTK*, *PM* terdapat pengulangan unsur wajib, yaitu argumen, sedangkan pada data *Ra* terdapat pengulangan unsur pilihan, yaitu contoh pengalaman. Berikut Gambar 8 menampilkan struktur generik wacana lengkap kompleks.



Font tebal dibaca sebagai unsur wajib

**Gambar 8. Struktur Generik Wacana Lengkap Kompleks**

Berdasarkan tahapan penyusunan, wacana pada rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* tampak adanya variasi jumlah langkah. Meski demikian, dalam penelitian ditemukan bahwa wacana yang memiliki langkah pendek atau dengan jumlah unsur tiga pun sudah termasuk ke dalam wacana

lengkap. Penulis menggunakan tambahan unsur pilihan di dalam wacana sebagai penjelas dan penguat dari apa yang dinyatakan. Unsur pilihan yang ada dalam wacana adalah contoh pengalaman. Berikut salah satu contoh yang menampilkan struktur generik wacana lengkap kompleks tanpa variasi.

#### [Tesis]

Dalam situasi silaturahmi, ketika orang tua bertemu dengan teman anaknya atau, lebih jauh lagi, calon menantunya, sering pertanyaan yang terlontar pertama kali adalah, “Anak siapa kamu?”. Meski jaman semakin modern, kita memang tetap memperhatikan kriteria “*bibit, bebet, bobot*” sebagai radar untuk menimbang martabat seseorang. Ukuran seperti asal usul, latar belakang keluarga, profesi, pekerjaan, jabatan, kepintaran masih menjadi faktor krusial yang ditimbang-timbang oleh keluarga. Situasi seperti ini, membuat kita pun seringkali tergerak untuk menjawab “siapa kita” dan siapa anggota keluarga yang baru masuk, dan menimbang ‘martabat’-nya. Pada saat itulah kita seolah sedang menimbang “harga” kita di mata masyarakat.

#### [Argumen]

Kita tidak bisa menutup mata bahwa orang-orang yang dinilai “bergengsi” di masyarakat biasanya adalah mereka yang punya mobil bagus dan rumah megah. Anak muda, anak kecil, calon mertua, bahkan tetangga akan berdecak kagum melihat individu yang datang dengan mobil mewah dan penampilan mentereng. Kita pun kerap melihat uang bisa menjadi daya tarik yang ‘sexy’ bagi wanita-wanita cantik untuk berminat digauli pria tua yang tidak mungkin memenuhi kriteria sebagai pria idolanya. Kita sering terkagum-kagum dengan penampilan luar individu, dan tiba-tiba tidak lagi memikirkan atau mempertanyakan kualitas diri si empunya, apa karya dan prestasinya (...)

#### [Contoh pengalaman]

Presiden Maldives, Mohamed Nasheed, menyerahkan kemewahan yang dinikmati presiden terdahulu, dan memilih tinggal di sebuah ‘*townhouse*’ bersahaja dan mengatakan: “Ini adalah jaman kesulitan. Tidak pantas saya berada di istana sementara rakyat mengalami kesulitan.” Bagi orang yang masih ingin memikirkan peningkatan martabatnya, orang-orang seperti inilah yang seharusnya di ‘*benchmark*’ dan dijadikan model (...)

#### [Reiterasi]

##### Perjelas Misi Pribadi

Banyak bukti bahwa misi pribadi bisa meningkatkan martabat orang, bahkan meningkatkan status sosialnya secara natural. Ibu guru di ceritera *Laskar Pelangi*, terasa mengangkat martabat guru, walaupun kesehariannya sangat sederhana. Misi hidup tidak selamanya bisa kita kaitkan dengan hasil yang kasat mata, apalagi kekayaan dan status sosial di masyarakat. Banyak orang tetap bersahaja walaupun mendapat Hadiah *Nobel* sekalipun. Motif dan misinya lah yang dihargai orang (...) (Data *Mar*)

Wacana *Mar* berdasarkan kelengkapan unsur dan variasinya merupakan wacana yang berstruktur kompleks tanpa variasi, yaitu terdapat unsur pilihan dan pengulangan unsur di dalam wacananya. Struktur generik wacana tersebut adalah **tesis**^ **argumen**^ (contoh pengalaman)^ **reiterasi**.

**Tesis** dalam wacana terdapat pada paragraf pertama. Tesis berkaitan dengan perihal individu yang sering memandang sesama melalui martabat.

**Argumen** dalam wacana terdapat pada paragraf kedua sampai keempat. Argumen berkaitan dengan pendapat mengenai individu yang sering memandang orang martabat dari penampilan fisiknya.

**Contoh pengalaman** dalam wacana terdapat pada paragraf kelima. Contoh pengalaman menceritakan beberapa kisah tokoh-tokoh yang pantas dianggap sebagai salah satu orang bermartabat. **Reiterasi** dalam wacana terdapat pada paragraf keenam dan ketujuh. Reiterasi berkaitan dengan misi hidup yang dapat meningkatkan martabat seseorang, bahkan meningkatkan status sosial secara natural. Berikut di bawah ini salah satu contoh struktur generik lengkap kompleks dengan variasi.

#### [Tesis]

Di bulan November ini, upacara peringatan Hari Pahlawan dan tabur bunga di makam patriot bangsa, biasanya akan menggelitik emosi dan memori kita tentang kepahlawanan. Mudah-mudahan, ingatan kita tidak sekedar berhenti dengan Makam Pahlawan dan tugu Pahlawan di Surabaya, saja. Sesudah 7 pahlawan Revolusi, kita sudah tidak bisa mengidentifikasi secara gamblang, yang mana patriot-patriot negara yang perlu di elu-elukan sebagai pahlawan bangsa. Bukan sekedar karena tidak ada perang yang nyata, namun publikasi mengenai pejuang modern, seperti penjaga perbatasan yang mempertaruhkan nyawa, sangat sedikit. Jangankan anak sekolah, orang dewasa pun banyak yang tidak menyadari adanya pejuang-pejuang yang mengorbankan jiwa raga, dan keluarganya demi membela negara.

#### [Argumen]

Perang sekarang sudah tidak perlu selalu perang antar negara. Bayangkan betapa teroris bisa membunuh ratusan orang tak bersalah. Kita juga sama-sama menyadari bahaya narkoba, yang tidak saja mengancam remaja, tetapi juga orang-orang dekat di sekitar kita. Belum lagi bahaya kejatuhan moral, seperti pornografi remaja, yang bisa membuat semua orang kecut, dan tidak tahu bagaimana melindungi remajanya. Penggerogotan terhadap harta negara sudah dilakukan oleh koruptor-koruptor, yang masih bisa tersenyum lebar di kamera media. Demikian pula, persaingan ekonomi antar negara, yang bisa menyebabkan bangsa lain dengan semena-mena menjajah negara, tanpa disadari oleh rakyatnya. Bukankah 'perang' yang sekarang kita hadapi, menjadi demikian *multidimensional*, sehingga bahkan lebih berbahaya dari perang fisik yang nyata di masa lalu? Bukankah pejuang Indonesia masa kini harusnya berjumlah lebih banyak dari jaman perang dulu, dan bahkan lebih pintar dan lebih berkualitas?

**[Contoh pengalaman]**

Bila kini kita rindu sosok pahlawan patriot bangsa, sesungguhnya kita pun perlu menyadari dan menumbuhkan pejuang *modern* di sekitar kita, bahkan dalam diri kita sendiri. Dari program “*heroes*” *Kick Andy* kita berkenalan dengan Gendu, pejuang yang merawat 10.000 orang sakit jiwa. Kita tahu ada pahlawan ekologi seperti Babah Akong yang belasan tahun menanam bakau di Maumere sampai 23 hektar (...)

**[Argumen]****“Selesai” dengan Dirinya**

Para pejuang *modern*, yang rela mengorbankan diri demi orang lain atau negara, biasanya ‘sudah selesai’ dengan dirinya sendiri. Artinya, individu ini sudah mengenal apa yang ia butuhkan, biasanya sangat familiar dengan istilah ‘cukup’ dengan dirinya. Pada saat inilah ia kemudian mempunyai kelonggaran untuk memikirkan hal-hal yang lebih besar, seperti lingkungan, negara, dan kemanusiaan (...)

**[Reiterasi]**

Kita bisa menjadi pejuang pekerja, namun bukan menjadi demonstran yang ‘tidak mau tahu’ saat minta kenaikan upah buruh. Banyak orang yang masih mengkaitkan perjuangan dengan kekerasan, padahal orang yang melakukan kekerasan, apalagi terhadap orang yang tidak berdaya, adalah orang yang bisanya melakukan ‘*bullying*’, bukan? Kita perlu sama-sama berpikir bahwa peluang dan keharusan kita untuk menjadi pejuang bangsa, di masa sekarang ini justru bisa dalam berbagai bentuk, misalnya memperbaiki mental individu, mental sebagai pekerja, sehingga ia bisa hidup lebih cerdas dan layak (...) (Data *PM*)

Wacana *PM* berdasarkan kelengkapan unsur dan variasi merupakan wacana yang berstruktur kompleks dengan variasi, yaitu terdapat unsur pilihan dan pengulangan unsur di dalam wacananya. Struktur generik wacana tersebut adalah **tesis**^ **argumen**^ (contoh pengalaman)^ [argumen]^ **reiterasi**.

**Tesis** dalam wacana terdapat pada paragraf pertama. Tesis berkaitan mengenai istilah kepahlawanan saat ini yang jarang diketahui oleh orang banyak.

**Argumen** dalam wacana terdapat pada paragraf kedua. Argumen berkaitan dengan perihal ‘Perang’ yang saat ini dihadapi oleh bangsa Indonesia. **Contoh pengalaman** dalam wacana terdapat pada paragraf ketiga. Contoh pengalaman menceritakan beberapa kisah sosok pejuang modern masa kini, seperti Gendu, dan Babah Akong.

**Argumen** (pengulangan) dalam wacana terdapat pada paragraf keempat dan kelima. Argumen ini berkaitan mengenai para pejuang modern



yang rela berkorban harus ‘sudah selesai’ dengan dirinya sendiri dan menumbuhkan mental pejuang dalam dirinya. **Reiterasi** dalam wacana terdapat pada paragraf keenam. Reiterasi berkaitan dengan berbagai upaya yang dapat dilakukan untuk menjadi pejuang bangsa sekarang ini.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* berdasarkan kelengkapan unsur terdiri atas dua struktur, yaitu struktur sederhana dan struktur kompleks. Dikatakan struktur sederhana apabila di dalam wacana tidak muncul adanya unsur pilihan, sedangkan dikatakan struktur kompleks muncul adanya unsur pilihan pada struktur generik. Sementara itu, menurut variasinya wacana lengkap sederhana tidak ditemukan variasi di dalamnya, sedangkan wacana lengkap kompleks ditemukan variasi. Variasi yang ditemukan adalah variasi pengulangan.

## **2. Karakteristik Bahasa Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian *Kompas***

### **a. Transitivitas Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian *Kompas***

Berdasarkan hasil penelitian karakteristik bahasa, diketahui bahwa frekuensi kemunculan proses material wacana pada rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* lebih dominan. Selanjutnya diikuti oleh proses mental, proses relasional, proses verbal, dan proses eksistensial.

### 1) Proses Material

Proses material adalah proses melakukan atau proses tindakan. Disebut sebagai proses material karena jenis verba yang berkaitan dengan aksi dan kejadian yang melibatkan manusia atau suatu benda. Dalam penelitian, proses material paling mendominasi wacana dengan jumlah 379 proses atau 37.08%. Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang berupa motivasi yang disampaikan penulis yang ahli dalam bidangnya banyak berkaitan dengan kata kerja yang berupa tindakan sebagai referensi pengalaman berkarier dan teori-teori yang berhubungan dengan dunia karier tersebut.

Dari Tabel 9, data *NTK* memiliki proses material paling dominan dengan jumlah 62 proses atau 48.44%. Selanjutnya proses material paling dominan kedua terdapat pada data *Ra* dengan jumlah 44 proses atau 43.14%, dan paling dominan ketiga terdapat pada data *BB* dengan jumlah 41 proses atau 39.81%. Hal itu berarti penulis lebih banyak menggunakan verba berupa tindakan untuk menyampaikan tujuannya pada wacana-wacana tersebut. Berikut contoh klausa proses material.

NTK/3/2.2a	Mekanik mobil	harus menemukan	cara mendeteksi kerusakan mesin,
	aktor	<b>Pr:material</b>	goal

Klausa di atas direalisasikan oleh proses material, yaitu *menemukan*, dengan partisipan *mekanik mobil* sebagai aktor dan *cara mendeteksi kerusakan mesin* sebagai goal.

Ra/2/1.9a	Pertanyaannya	ditanggapi	dengan muka kecut, jawaban seadanya,
	goal	<b>Pr:material</b>	Sirkumstan manner

Klausa di atas direalisasikan oleh proses material, yaitu *membuat*, dan partisipan '*berang*' anak buah sebagai goal.

BB/7/2.8c	dan	secara aktif pula	mengupayakan	kebahagiaannya.
	konj	Sirkumstan manner	<b>Pr:material</b>	goal

Klausa di atas direalisasikan oleh proses material, yaitu *mengupayakan*, dengan partisipan *kebahagiaannya* sebagai goal, dan *secara aktif* sebagai sirkumstan manner.

## 2) Proses Mental

Proses mental merupakan proses yang menandakan makna berpikir atau merasakan. Proses ini mendominasi kedua dari keseluruhan data dengan jumlah 361 proses atau 35.32%. Penggunaan proses mental dalam wacana dijadikan sebagai refleksi dari sebuah pemikiran dan pengalaman tentang karier oleh penulis untuk memberikan dorongan kepada pembaca dengan bertujuan membentuk mental pembaca dalam menghadapi dunia karier.

Dari Tabel 10, proses mental mendominasi pada data *Mar* dengan jumlah 50 proses atau 49.02%. Selanjutnya proses mental paling mendominasi kedua terdapat pada data *PM* dengan jumlah 45 proses atau 47.87%, dan paling mendominasi ketiga terdapat pada data *DD* dengan jumlah 40 proses atau 37.38%. Berikut contoh klausa proses mental.

Mar/9/5.2a	Bagi	orang	yang masih ingin memikirkan	peningkatan martabatnya,
	konj	senser	<b>Pr:mental</b>	phenomenon

Klausa di atas direalisasikan oleh proses mental, yaitu *memikirkan*, dengan partisipan *orang* sebagai senser, dan *peningkatan martabatnya* sebagai phenomenon.

PM/10/4.6b	dan	bangga	bahwa mereka betul berasal dari daerah kumuh.
	konj	<b>Pr:mental</b>	phenomenon

Klausa di atas direalisasikan oleh proses mental, yaitu *bangga*, dan partisipan *mereka betul berasal dari daerah kumuh* sebagai phenomenon.

DD/6/1.1b	atau bahkan	kehadirannya	disepelekan	oleh rekan kerja lainnya.
	konj	phenomenon	<b>Pr:mental</b>	senser

Klausa di atas direalisasikan oleh proses mental, yaitu *disepelekan*, dengan partisipan *kehadirannya* sebagai phenomenon dan *oleh rekan kerja lainnya* sebagai senser.

### 3) Proses Relasional

Proses relasional merupakan proses yang menggeneralisasikan atau menghubungkan pengalaman ke hal lain. Proses ini mendominasi ketiga dari keseluruhan data dengan jumlah 143 proses atau 13.99%). Dari ke-10 data terpilih, data *NTK* lebih banyak menggunakan proses ini dengan jumlah 22 proses atau 17.18%. selanjutnya paling dominan kedua terdapat pada data *PM* dengan jumlah 19 proses atau 20.21%, dan paling dominan ketiga terdapat pada data *TK* dengan jumlah 15 proses atau 16.30%. Hal ini berarti penulis lebih banyak memberikan penjelasan hubungan pengalaman yang berkaitan dengan dunia karier pada data tersebut. Berikut contoh proses relasional.

NTK/3/6.2a	Hal yang bisa kita lakukan	adalah	mencari " <i>Blue Ocean</i> ",
	token	<b>Pr:relasional</b>	value

Klausa di atas direalisasikan oleh proses relasional, yaitu *adalah*, dengan partisipan *hal yang bisa kita lakukan* sebagai token, dan *mencari "Blue Ocean"* sebagai value.

TK/4/3.3b	bahwa	ungkapan terima kasih	bisa mengandung	"magic".
	konj	carrier	<b>Pr:relasional</b>	atribut

Klausa di atas direalisasikan oleh proses relasional, yaitu *mengandung*, dengan partisipan *ungkapan terima kasih* sebagai carrier dan "*magic*" sebagai atribut.

PM/10/3.6a	Kita juga	punya	Ignasius Jonan,
	possessor	<b>Pr:relasional</b>	possessed

Klausa di atas direalisasikan oleh proses relasional, yaitu *punya*, dengan partisipan *kita* sebagai possessor, dan *Ignasius Jonan* sebagai possessed.

#### 4) Proses Verbal

Proses verbal merupakan proses yang berkaitan dengan aksi verbal. Proses ini mendominasi urutan keempat dari keseluruhan data dengan jumlah 96 proses atau 9.39%. Data *TK* lebih dominan dalam penggunaan proses verbal dibandingkan dengan data terpilih lainnya dengan jumlah 18 proses atau 19.56%. selanjutnya, data yang menggunakan proses verbal paling dominan kedua terdapat pada data *BB* dengan jumlah proses 16 proses atau 15.53%, dan paling dominan ketiga terdapat pada data *Ah* dengan jumlah 14 proses atau 14.14%. Proses verbal berkaitan dengan pendapat-pendapat langsung dari orang-orang yang merasakan pengalaman, dan/atau pendapat-pendapat dari tokoh-tokoh yang mengungkapkan teori yang berkaitan dengan topik yang diangkat. Berikut contoh klausa proses verbal.

TK/4/1.5a	Pada sebuah kesempatan,	saya	tanyakan,
	Sirkumstan waktu	sayer	<b>Pr:verbal</b>

Klausa di atas direalisasikan oleh proses verbal, yaitu *tanyakan*, dengan partisipan *saya* sebagai sayer, dan *pada sebuah kesempatan* sebagai sirkumstan waktu.

Ah/5/5.8a	Seorang ahli manajemen	menyatakan
	sayer	<b>Pr:verbal</b>

Klausa di atas direalisasikan oleh proses verbal, yaitu *menyatakan*, dan partisipan *seorang ahli* manajemen sebagai sayer.

BB/7/1.9a	Belum lagi	kita	bicarakan	ketidakjelasan kebijakan, main politik, perubahan yang tidak masuk akal dan segala faktor
	kon	sayer	<b>Pr:verbal</b>	verbiage

Klausa di atas direalisasikan oleh proses verbal, yaitu *bicarakan*, dengan partisipan *kita* sebagai sayer, dan *ketidakjelasan kebijakan, main politik, perubahan yang tidak masuk akal dan segala faktor* sebagai verbiage.

### 5) Proses Eksistensial

Proses eksistensial mendominasi urutan terakhir dari keseluruhan data terpilih dengan jumlah 43 proses atau 4.21%. Proses eksistensial ini mewakili pengalaman dengan keberadaan sesuatu. Pada data *Em* dan *Ah* penggunaan proses eksistensial lebih mendominasi dengan masing-masing berjumlah 7 proses atau 7.78% untuk data *Em* dan 7 proses atau 7.07% untuk data *Ah*. Proses eksistensial berhubungan dengan pengalaman dengan keberadaan sesuatu yang berkaitan dengan dunia karier. Berikut contoh klausa proses eksistensial.

Em/1/1.6c	kita	dengan mudah 'tidak berada'	di pekerjaan kita.
	<b>eksistensi</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Klausa di atas direalisasikan oleh proses eksistensial, yaitu *tidak berada*, dengan partisipan *kita* sebagai eksistensi, dan sirkumstan tempat, yaitu *di pekerjaan kita*.

Ah/5/1.6b	sekarang	ke semua ilmu itu	ada	di buku-buku populer,
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Klausa di atas direalisasikan oleh proses eksistensial, yaitu *ada*, dengan partisipan *ke semua ilmu itu* sebagai eksistensi, *sekarang* sebagai sirkumstan waktu dan *di buku-buku populer* sebagai sirkumstan tempat.

## **b. Makna Logikal Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian Kompas**

Makna logikal dari klausa kompleks ada dua macam, yaitu taksis dan relasi logiko-semantik. Taksis sendiri terbagi menjadi dua yaitu parataksis dan hipotaksis. Sementara itu, sistem logiko-semantik memiliki dua tipe hubungan atas klausa, yaitu sistem logiko-semantik ekspansi (perluasan) dan sistem logiko-semantik proyeksi (penonjolan).

### **1) Taksis**

Taksis merupakan posisi antarklausa yang mengacu kepada status atau kedudukan sebuah klausa dengan yang lainnya secara teknis. Taksis menunjukkan kesalingtergantungan sebuah klausa yang muncul di awal dan klausa kedua yang mengikutinya dan di antara klausa kedua dengan klausa ketiga dan klausa seterusnya. Taksis terbagi menjadi parataksis dan hipotaksis. Frekuensi kemunculan pada klausa parataksis sebanyak 175 proses atau 38.13% dan frekuensi kemunculan klausa hipotaksis sebanyak 284 proses atau 61.87%.

### a) Parataksis

Parataksis merupakan kesalingtergantungan yang memiliki status sama. Parataksis merujuk pada hubungan antara dua unsur yang statusnya sama, yang satu berinisiatif dan yang satu lagi melanjutkan inisiatif tadi. Berikut contoh klausa parataksis.

- Em/1/1.2a      1/// Kita bisa menyaksikan seseorang yang bekerja melampaui jam kerja yang standar
- Em/1/1.2b      2// **dan** masih penasaran menyelesaikan pekerjaannya sampai larut malam.

Penggunaan konjungsi *dan* pada klausa di atas menyatakan hubungan jumlah. Klausa kedua berisikan informasi yang menambah isi informasi pada klausa pertama. Konjungsi *dan* pada klausa di atas menunjukkan adanya penambahan keterangan yaitu selain dapat menyaksikan seseorang yang bekerja melampaui jam kerja, juga dapat menyaksikan seseorang yang masih penasaran menyelesaikan pekerjaannya sampai larut malam.

- BB/7/2.6a      1/// Ini berarti, bahagia bukanlah status,
- BB/7/2.6b      2// **tetapi** sifatnya (adalah) aktif dan berbentuk tindakan, alias “kata kerja”.

Penggunaan konjungsi *tetapi* pada klausa di atas menyatakan hubungan pertentangan. Klausa kedua berisikan informasi yang bertentangan dengan klausa pertama. Hubungan pertentangan di atas menyatakan penguatan yang ditunjukkan oleh klausa kedua terhadap informasi pada klausa pertama.

- Men/8/2.1a      1/// Pernahkah di dalam rapat, kita memikirkan hal lain
- Men/8/2.1b      2// **atau** berbicara sendiri dengan orang di sebelah kita

Penggunaan konjungsi *atau* pada klausa di atas menyatakan hubungan pilihan. Klausa ini menyatakan pilihan kemungkinan yang ditunjukkan oleh



kedua klausa yang dihubungkan tersebut. Hubungan pilihan di atas tidak menyatakan pertentangan.

### b) Hipotaksis

Hipotaksis merupakan kesalingtergantungan yang memiliki status yang tidak sama. Hipotaksis merujuk pada hubungan antara unsur yang berdiri sendiri dan dominasinya. Berikut contoh klausa hipotaksis.

Ah/5/4.6a      **α**// Dibutuhkan jumlah praktek intensif berkualitas

Ah/5/4.6b      **β**// **untuk** bisa mengembangkan keahlian ini.

Penggunaan konjungsi *untuk* pada klausa di atas menyatakan hubungan tujuan. Klausa kedua merupakan tujuan dari apa yang disebut oleh klausa pertama. Klausa *bisa mengembangkan keahlian ini* merupakan tujuan dari klausa *dibutuhkan jumlah praktek intensif berkualitas*.

BB/7/5.10a      **α**// Manajemen perlu benar-benar memikirkan bagaimana 'mengawinkan' individu dengan pekerjaannya,

BB/7/5.10b      **β**// **sehingga** individu memang membahagiakan dirinya sendiri.

Konjungsi *sehingga* dalam klausa di atas menyatakan hubungan hasil. Pada klausa *individu memang membahagiakan diri sendiri* merupakan klausa subordinatif yang menyatakan hasil atau akibat dari pernyataan klausa *manajemen perlu benar-benar memikirkan bagaimana 'mengawinkan' individu dengan pekerjaannya*.

- Ah/5/2.7a      **α**/// Kita tidak bisa mengatakan pembicaraan para ‘pemula’ ini sebagai hal yang *ngawur*,  
 Ah/5/2.7b      **β**/// **karena** apa yang mereka ulas masuk akal,

Konjungsi *karena* pada klausa di atas menyatakan hubungan sebab. Klausa kedua menyatakan sebab atau alasan terjadinya apa yang dinyatakan dalam klausa pertama.

## 2) Logiko-Semantik

Sistem logiko-semantik memiliki dua tipe hubungan atas klausa, yaitu sistem logiko-semantik ekspansi (perluasan) dan sistem logiko-semantik proyeksi (penonjolan). Sistem logiko-semantik ekspansi sendiri memiliki tiga jenis hubungan, yaitu penonjolan atau elaborasi (=), perpanjangan atau ekstansi (+), dan penaikan atau enhancemen (x). Sementara itu, sistem logiko-semantik proyeksi memiliki dua jenis hubungan, yaitu lokusi (") dan ide (').

Berikut ini akan dijelaskan mengenai klausa kompleks dalam wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*.

### a) Ekspansi (Perluasan)

- Em/1/6.5a      1/// Dalam konteks kerja, kita melihat ini sebagai ‘*blind acceptance of authority*’,  
 Em/1/6.5b      =2/// **yaitu** kondisi di mana individu tidak terbiasa mempunyai gambaran dan melihat dirinya sendiri secara jelas.

Penggunaan konjungsi hubungan *yaitu* pada klausa kompleks di atas menunjukkan hubungan parataksis ekspansi jenis elaborasi, yang ditandai dengan tidak adanya pernyataan baru. Pada klausa *kondisi di mana individu tidak terbiasa mempunyai gambaran dan melihat dirinya sendiri secara jelas* merupakan maksud dari ungkapan *blind acceptance of authority*.

Ah/5/5.8b      **α///** bahwa setiap organisasi perlu memikirkan untuk membangun kapasitas orang-orang melalui mentoring,

Ah/5/5.8c      **=β//** **yaitu** dengan menjadikan para ahli sebagai tempat bertanya,

Hubungan klausa di atas menunjukkan klausa hipotaksis ekspansi jenis elaborasi. Pada klausa bawahan memberikan penjelasan mengenai yang dimaksud penulis sebagai mentoring dalam setiap organisasi dalam membangun kapasitas pekerjaanya.

Ah/5/6.2a      **1///** Tentunya ketergantungan ini sangat tidak sehat

Ah/5/6.2b      **+2//** **dan** berbahaya.

NTK/3/7.1b      **1///** betapa kreativitas adalah ketrampilan yang diasah dan dikembangkan,

NTK/3/7.1c      **+2//** **bukan** dimiliki sejak lahir.

Konjungsi hubungan *dan* dan *tetapi* pada kalimat majemuk di atas merupakan hubungan setara ekstensi atau klausa parataksis ekspansi jenis ekstensi. Pada klausa ini, satu klausa akan memperluas makna klausa lainnya dengan menambahkan sesuatu yang baru di dalamnya. Konjungsi *dan* pada klausa di atas menunjukkan adanya penambahan keterangan yaitu selain tidak sehat, sebuah ketergantungan juga berbahaya. Sementara itu, konjungsi *tetapi* pada klausa di atas menunjukkan bahwa sebuah kreativitas bukan sesuatu yang dimiliki sejak lahir, melainkan sebuah keterampilan yang dapat diasah dan dikembangkan.

BB/7/1.3b      **α///** bila banyak organisasi membuat *survey* untuk memahami seberapa *happy* dan puasny karyawan,

BB/7/1.3c      **+β//** **bahkan** mengukur perkembangan keakraban, ketertarikan emosi dan kebahagiaan karyawan.

Hubungan klausa di atas menunjukkan klausa hipotaksis ekspansi jenis ekstensi. Kata konjungsi *bahkan* di sini menunjukkan bahwa organisasi mulai

membuat *survey* yang tidak hanya untuk memahami seberapa senang dan puasny karyawan tetapi juga dapat mengukur perkembangannya seperti keakraban, ketertarikan emosi dan kebahagiaan karyawanya tersebut.

Men/8/3.7b 1/// **dan** mulai mengaktifkan memori jangka panjang maupun jangka pendek,

Men/8/3.7c x2// **kemudian** meramunya dengan informasi yang baru masuk.

Klausa kompleks di atas menunjukkan ekspansi jenis *enhancemen* yang merujuk pada waktu, yaitu menyatakan waktu berikutnya setelah klausa pertama, ditandai oleh konjungsi *kemudian*. Informasi yang baru masuk baru dapat digabungkan dengan yang lama setelah memori jangka panjang dan jangka pendek sudah diaktifkan.

TK/4/3.1a a/// Kata terima kasih, memang terasa begitu sederhana,

TK/4/3.1b xß// **sehingga** tanpa disadari sering terlewat dalam benak kita.

Hubungan klausa di atas menunjukkan klausa hipotaksis ekspansi jenis *enhancemen*. Kata konjungsi *sehingga* di sini menunjukkan hubungan hasil, yaitu yang menyatakan hasil atau akibat dari yang dinyatakan oleh klausa pertamanya. Pada klausa bawahan *tanpa disadari sering terlewat dalam benak kita* merupakan hasil dari kata ‘terima kasih’ yang terasa begitu sederhana.

## b) Proyeksi (Penonjolan)

TK/4/2.7b 1/// seorang karyawan bahkan berkata,

TK/4/2.7c “2// “Saat saya menandatangani kontrak kerja dulu, tidak tertulis kewajiban untuk mengatakan ‘terima kasih’. Jadi, mengapa harus repot-repot?”

Klausa parataksis proyeksi di atas merupakan jenis lokusi, yaitu hubungan berupa ujaran langsung. Dalam hal ini seorang karyawan berkata

langsung bahwa dia tidak merasa diwajibkan mengucapkan ‘terima kasih’ karena kontrak kerjanya tidak mengharuskannya.

BB/7/1.5a      $\alpha$ /// Bila mayoritas karyawan menyampaikan

BB/7/1.5b     “ $\beta$ /// **bahwa** uang bukan faktor terpenting yang membawa kebahagiaan.

Hubungan klausa di atas menunjukkan klausa hipotaksis proyeksi jenis lokusi. Klausa ini merupakan ujaran tidak langsung atau sebagai laporan. Klausa di atas menjelaskan *bahwa uang bukan faktor terpenting yang membawa kebahagiaan* diproyeksikan secara hipotaksis oleh *mayoritas karyawan*.

BB/7/2.1b      $\alpha$ /// Kadang kita lupa dan memang tidak terpikir

BB/7/2.1c     “ $\beta$ /// **bahwa** uang bukan faktor terpenting yang membawa kebahagiaan.

Hubungan klausa di atas menunjukkan klausa hipotaksis proyeksi jenis ide. Klausa ini dibentuk sebagai representasi “isi” dari klausa mental perasaan, yaitu pemikiran *bahwa kebahagiaan tidak selalu merupakan konsekuensi dari tindakan tertentu* merupakan isi dari mental *kita* dalam klausa.

Berdasarkan Tabel 11, frekuensi kemunculan makna logikal pada data terpilih menunjukkan bahwa pada klausa parataksis didominasi oleh ekspansi jenis ekstensi dan pada klausa hipotaksis didominasi oleh ekspansi jenis enhancemen. Kemunculan proses terbanyak dan frekuensi tertinggi pada klausa ekspansi jenis ekstensi terdapat pada data *Men* sebanyak 18 proses atau 40.00%, sedangkan pada klausa hipotaksis ekspansi jenis enhancemen untuk kemunculan terbanyak terdapat pada data *NTK* sebanyak 27 proses dan frekuensi tertinggi terdapat pada data *TK* sebanyak 51.10%.

Klausa hipotaksis ekspansi jenis enhancemen mendominasi wacana dengan frekuensi kemunculan sebanyak 205 proses atau 44.70%. Hal ini

dikarenakan penulis bertujuan untuk mengembangkan makna yang ingin disampaikan untuk menekankan pendapatnya mengenai karier. Penulis lebih banyak menggunakan hubungan makna sebab-akibat pada jenis klausa ini.

Selanjutnya, klausa parataksis ekspansi jenis ekstensi juga mendominasi wacana dengan frekuensi kemunculan sebanyak 136 proses atau 29.60%. Hal ini disebabkan bahwa penulis lebih banyak menggunakan penambahan klausa untuk memperluas makna yang ingin disampaikannya. Masing-masing klausa dapat berdiri sendiri tanpa mempengaruhi makna klausa yang lain.

Selain ekspansi jenis enhancemen, terdapat juga proyeksi jenis lokusi dengan jumlah frekuensi kemunculan sebanyak 25 proses atau 5.40%. Klausa jenis ini digunakan dengan lebih banyak memasukkan pendapat-pendapat dari berbagai ahli yang berhubungan dengan topik yang disampaikan. Selain itu, terdapat pula pernyataan-pernyataan dari seseorang yang mengalami langsung situasi yang dimaksudkan penulis dalam wacana.

Klausa hipotaksis ekspansi jenis ekstensi juga mendominasi keempat dalam wacana dengan frekuensi kemunculan sebanyak 23 proses atau 5.00%. Penulis lebih banyak mengembangkan makna yang sudah ada dibandingkan dengan menambahkannya untuk menyampaikan gagasannya dalam setiap topik yang disampaikan.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian pada struktur generik dan karakteristik bahasa, dapat disimpulkan keterkaitan antara keduanya seperti yang ditampilkan pada Tabel 16 di bawah ini.

Tabel 16. Keterkaitan Struktur Generik dan Karakteristik Bahasa

Kode Data	Struktur Generik						Karakteristik Bahasa														
	Bentuk Wacana		Kelengkapan Unsur		Variasi		Transitivitas					Makna logikal									
												Parataksis					Hipotaksis				
												Ekspansi			Proyeksi		Ekspansi			Proyeksi	
	D	I	S	K	TV	DV	Mat	Ment	Rel	Ver	Eks	=	+	x	“	‘	=	+	x	“	‘
Ah	√		√		√		37	28	13	14	7	0	14	0	3	0	2	1	15	3	0
Men	√		√		√		40	37	10	14	4	0	18	3	0	0	0	1	21	2	0
DD	√			√	√		39	40	12	11	5	1	17	0	3	0	1	3	23	1	1
BB	√			√	√		41	31	13	16	2	0	9	1	3	0	1	5	21	6	1
Mar	√			√	√		29	50	7	14	2	2	12	0	2	0	2	1	22	3	3
TK		√		√	√		23	33	15	18	3	2	9	0	4	0	0	1	23	2	4
Em	√			√		√	37	35	10	1	7	3	15	0	0	0	1	1	14	2	3
NTK	√			√		√	62	29	22	10	5	3	13	1	3	0	3	6	27	1	2
PM	√			√		√	27	45	19	0	3	2	15	0	0	0	3	0	21	0	1
Ra		√		√		√	44	33	15	5	5	0	14	3	0	0	2	4	18	5	1

**Keterangan:**

**Kode Data**

Men : Mendengarkan  
 Ah : Ahli  
 DD : Dekat Di hati  
 BB : Berbahagia  
 Mar : Martabat

TK : Terima Kasih  
 NTK : Nilai Tambah Kreativitas  
 Em : Empowerment  
 PM : Pahlawan Modern  
 Ra : Rapport

**Variasi**

TV : Tanpa Variasi  
 DV : Dengan Variasi

**Bentuk Wacana**

D : Deduktif  
 I : Induktif

**Kelengkapan Unsur**

S : Sederhana  
 K : Kompleks

**Transitivitas**

Mat : Material  
 Ment : Mental  
 Ver : Verbal  
 Rel : Relasional  
 Eks : Eksistensial

**Logiko-Semantik**

= : Elaborasi  
 + : Ekstensi  
 x : Enhancemen  
 " : Lokusi  
 ' : Ide

Tabel 16 menunjukkan bahwa bila struktur generik wacana yang termasuk deduktif dengan kelengkapan unsur termasuk ke dalam kelompok sederhana dan tanpa variasi maka penulis lebih dominan menggunakan proses material pada sistem transitivitasnya, sedangkan pada sistem logiko-semantik dugaan sementara menyatakan bahwa penggunaan klausa hipotaksis lebih banyak menggunakan ekspansi jenis *enhancement*.

Bila struktur generik wacana deduktif dengan kelengkapan unsur termasuk ke dalam kelompok kompleks dan tanpa variasi maka penulis lebih dominan menggunakan proses mental pada sistem transitivitasnya, sedangkan pada sistem logiko-semantik dugaan sementara menyatakan bahwa penulis lebih dominan menggunakan klausa hipotaksis ekspansi jenis *enhancement*.

Bila struktur generik wacana deduktif dengan kelengkapan unsur termasuk ke dalam kelompok kompleks dan dengan variasi maka penulis lebih dominan menggunakan proses material pada sistem transitivitasnya, sedangkan pada sistem logiko-semantik dugaan sementara menyatakan bahwa penulis lebih dominan menggunakan klausa hipotaksis ekspansi jenis *enhancement*.

Bila struktur generik wacana induktif dengan kelengkapan unsur termasuk ke dalam kelompok kompleks dan tanpa variasi maka penulis lebih dominan menggunakan proses mental pada sistem transitivitasnya, sedangkan pada sistem logiko-semantik dugaan sementara menyatakan bahwa penulis lebih dominan menggunakan klausa hipotaksis ekspansi jenis *enhancement*.

Bila struktur generik wacana induktif dengan kelengkapan unsur termasuk ke dalam kelompok kompleks dan dengan variasi maka penulis lebih dominan menggunakan proses material pada sistem transitivitasnya, sedangkan pada



sistem logiko-semantik dugaan sementara menyatakan bahwa penulis lebih dominan menggunakan klausa hipotaksis ekspansi jenis *enhancement*. Secara garis besar, dalam wacana rubrik “Kompas Karier” penggunaan proses material pada sistem transitivitas lebih mendominasi dan pada sistem logiko-semantik lebih menggunakan klausa hipotaksis ekspansi jenis *enhancement*.

### **3. Tujuan Sosial Wacana Rubrik “Kompas Karier” Surat Kabar Harian *Kompas***

Tujuan sosial dalam wacana rubrik “Kompas Karier” dapat diketahui dengan memperhatikan sistem transitivitas dan makna tekstual wacana. Tujuan sosial yang ditemukan terbagi ada dua macam, yaitu khusus dan umum.

#### **a. Tujuan Umum**

Tujuan umum yaitu tujuan yang berdasarkan konteks wacana. Maksud dari sebuah wacana dibuat dapat dilihat dari konteks wacana tersebut. Biasanya tujuan umum tersirat dalam wacana. Secara umum, wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* dibuat bertujuan untuk memberikan motivasi kepada pembaca yang berhubungan dengan dunia karier. Permasalahan-permasalahan yang dibicarakan tidak terlepas dari peristiwa di sekitar lingkungan, baik lingkungan penulis maupun lingkungan kerja pada umumnya. Berikut beberapa contoh tujuan umum yang terdapat dalam wacana yang diteliti.

Berdasarkan karakteristik bahasanya, wacana data *Em* berjudul “*Empowerment*” didominasi oleh proses material. Hal ini menunjukkan bahwa wacana ini memiliki tujuan umum yang ingin dicapai oleh penulis yaitu agar setiap perusahaan sebaiknya menciptakan *empowerment* bawahan yang dapat

menguntungkan perusahaan melalui sikap responsif, inovasi, dan kemampuan belajar yang canggih.

Wacana data *Ra* berjudul “*Rapport*” ini didominasi oleh proses material. Hal ini menunjukkan bahwa wacana ini memiliki tujuan umum yaitu agar perusahaan aktif berstrategi membina *rapport* sehingga hubungan kepemimpinan lancar antara perusahaan dengan karyawannya.

Wacana data *NTK* berjudul “Nilai Tambah Kreativitas” ini didominasi oleh proses material. Hal ini menunjukkan bahwa wacana ini memiliki tujuan umum yaitu agar perusahaan aktif memberikan keyakinan kepada karyawannya bahwa perusahaan dapat sukses bila semua karyawan memiliki kreativitas dan berinovasi, bukan hanya segelintir orang saja.

Wacana data *TK* berjudul “Terima Kasih” ini didominasi oleh proses mental. Hal ini menunjukkan bahwa wacana ini memiliki tujuan umum yaitu agar perusahaan lebih memperhatikan tradisi ‘terima kasih’ untuk mengembangkan lingkungan karyawan yang lebih positif dan apresiatif sehingga akan mendorong produktivitas.

Wacana data *Ah* berjudul “Ahli” ini didominasi oleh proses material. Hal ini menunjukkan bahwa wacana ini memiliki tujuan umum yaitu agar setiap perusahaan dapat mengembangkan keahlian karyawannya sehingga perusahaan tidak berhadapan dengan ‘*potensi* *lose*’.

Wacana data *DD* berjudul “Dekat Dihati” didominasi oleh proses mental. Hal ini menunjukkan bahwa wacana ini memiliki tujuan umum yaitu agar suatu lembaga atau perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan karyawan atau

bawahannya terhadap perusahaan dengan berbagai hal yang dapat menunjukkan kualitas perusahaan.

Wacana data *BB* berjudul “*Berbahagia*” didominasi oleh proses material. Hal ini menunjukkan bahwa wacana ini memiliki tujuan umum yang terdapat dalam wacana yaitu agar setiap perusahaan selalu memotivasi karyawan dalam bekerja dengan menciptakan dan memberi ruang karyawan dalam mengekspresikan emosinya.

Wacana data *Men* berjudul “*Mendengarkan*” didominasi oleh proses material. Hal ini menunjukkan bahwa wacana ini memiliki tujuan umum yaitu agar perusahaan dapat mampu menjadi tempat ‘mendengarkan’ di mana karyawan dapat menuangkan pendapat, saran, kritik maupun keluhan secara terbuka, lalu kemudian memahami dan menindaklanjutinya, yang nantinya tidak hanya memberi dampak positif, tetapi dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan.

Wacana data *Mar* berjudul “*Martabat*” didominasi oleh proses mental. Hal ini menunjukkan bahwa wacana ini memiliki tujuan umum yaitu agar individu dapat memelihara nilai-nilai dan etika, dan menerapkan praktik-praktik terbaik yang mengikuti kaidah atau standar yang benar dalam meningkatkan martabat kita.

Wacana data *PM* berjudul “*Pejuang Modern*” didominasi oleh proses mental. Hal ini menunjukkan bahwa wacana ini memiliki tujuan umum yaitu agar dalam menumbuhkan mental pejuang, individu perlu turun langsung merasakan di lapangan, dengan diiringi disiplin, kepekaan dan mawas diri, serta terlatih untuk mengamati posisi diri terhadap lingkungan sosial dan berusaha menerima dan memahami kebutuhannya.

### **b. Tujuan Khusus**

Tujuan khusus yaitu tujuan yang ingin dicapai oleh penulis. Tujuan ini terdapat di dalam wacana dan biasanya tersurat di dalamnya. Tujuan-tujuan khusus dapat dilihat dari setiap wacana yang diteliti dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut.

Data *Em* memiliki tujuan khusus agar setiap individu setiap individu harus aktif membiasakan diri untuk tidak bersikap *indecisive*, yaitu tidak bisa mengambil keputusan terhadap suatu masalah. Data *Ra* memiliki tujuan khusus agar individu harus mampu membuka diri tanpa diwarnai oleh wewenang, status, jabatan, dan sebagainya, sehingga *rapport* atau pencairan hubungan antara keduanya dapat terjadi.

Data *NTK* memiliki tujuan khusus agar setiap orang terus meningkatkan kreativitas diri yang nantinya dapat menguntungkan, baik dirinya sendiri maupun perusahaan. Data *TK* memiliki tujuan khusus agar individu selalu membiasakan diri mengucapkan 'terima kasih' yang memberi banyak manfaat, terutama dalam lingkungan sosial atau kerja.

Wacana *Ah* memiliki tujuan khusus agar individu selalu mengembangkan keahliannya yang dapat berguna di zaman di mana banyak perusahaan sangat membutuhkan seseorang yang sudah *expert* di bidangnya. Wacana *DD* memiliki tujuan khusus agar seorang pemimpin harus dapat membuktikan kualitas dirinya sebagai pemimpin, agar memperoleh kepercayaan dari pengikutnya.

Data *BB* memiliki tujuan khusus agar tercipta suasana yang menyenangkan dan semangat dalam bekerja, setiap individu harus merasa bahagia terlebih dahulu di dalam dirinya sehingga produktivitas dan kinerja tidak

terganggu. Data *Men* memiliki tujuan khusus agar selalu menanamkan sikap 'mendengarkan' kepada setiap individu, yang memberi banyak manfaat kepada dirinya dalam memberi solusi dan pengambilan keputusan yang tepat sasaran dan terarah.

Data *Mar* memiliki tujuan khusus agar individu tidak selalu melihat seseorang dengan hanya ukuran materialnya saja, tetapi dilihat dari keseharian mereka yang selalu berusaha keras untuk menjadi yang terbaik dengan menjunjung nilai-nilai dan etika yang dilakukan dengan disiplin yang keras. Data *PM* memiliki tujuan khusus agar individu tidak mengkaitkan perjuangan dengan kekerasan, melainkan dengan memperbaiki mental sebagai pekerja, dan menonjolkan keberanian dan pengorbanan untuk membela kepentingan orang banyak dibandingkan diri sendiri dan lingkungannya.

Berdasarkan karakteristik karakteristik bahasanya, wacana yang didominasi oleh proses material menandakan bahwa penulis bertujuan supaya pembaca melakukan tindakan sesuai berkenaan dengan topik yang dibicarakan dalam wacana. Sementara wacana yang karakteristik bahasanya didominasi oleh proses mental menandakan bahwa penulis mengharapkan adanya perubahan sikap dan mental pembaca yang signifikan terhadap permasalahan-permasalahan yang diangkat penulis dalam wacana.

## **BAB V PENUTUP**

Dalam bagian penutup ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian mengenai genre rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas*. Berikut penjelasan dari tiap-tiap bagian tersebut.

### **A. Kesimpulan**

Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* dikelompokkan berdasarkan dua kategori, yaitu berdasarkan bentuk wacana dan berdasarkan kelengkapan unsur dan variasinya. Berdasarkan bentuk wacana, wacana rubrik “Kompas Karier” terdiri atas dua struktur, yaitu struktur wacana deduktif dan struktur wacana induktif. Dikatakan berstruktur deduktif bila tahapan pertama dalam wacana dimulai dengan unsur tesis, sedangkan dikatakan berstruktur induktif bila tahapan pertama dalam wacana dimulai dengan unsur contoh pengalaman. Berdasarkan kelengkapan unsur dan variasinya terdiri atas dua struktur, yaitu struktur sederhana dan struktur kompleks. Struktur generik wacana rubrik “Kompas Karier” yang dikategorikan sebagai wacana berstruktur sederhana memiliki formula sebagai berikut: **tesis^ argumen^ reiterasi**. Sementara struktur generik wacana yang dikategorikan sebagai wacana berstruktur kompleks memiliki formula sebagai berikut: (contoh pengalaman)^ **tesis^ argumen^**

[(contoh pengalaman)]^ [argumen]^ **reiterasi**. Perbedaan ini didasarkan atas ada tidaknya kemunculan unsur pilihan. Unsur pilihan yang ada dalam wacana adalah contoh pengalaman. Apabila unsur pilihan muncul dalam wacana, maka wacana tersebut berstruktur kompleks. Menurut variasinya, wacana lengkap sederhana tidak ditemukan variasi, sedangkan wacana lengkap kompleks ditemukan variasi. Variasi yang terdapat dalam wacana adalah variasi pengulangan.

2. Karakteristik bahasa wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* pada sistem transitivitas didominasi oleh proses material. Setelah proses material urutan terbanyak diduduki oleh proses mental, relasional, verbal dan eksistensial. Sementara itu, penggunaan sistem logiko-semantik pada rubrik “Kompas Karier” untuk klausa parataksis didominasi oleh ekspansi jenis ekstensi, dan pada klausa hipotaksis didominasi oleh ekspansi jenis enhancemen.
3. Tujuan sosial wacana rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum terlihat pada konteks wacana, sementara tujuan khusus terlihat pada isi wacana. Berdasarkan karakteristik bahasanya, tujuan sosial yang terdapat dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* ada dua, yaitu wacana yang didominasi oleh proses material yang menandakan bahwa penulis bertujuan agar pembaca melakukan tindakan sesuai dengan topik yang dibicarakan dalam wacana. Sementara wacana yang didominasi oleh proses mental menandakan penulis mengharapkan pembaca dapat mengambil sikap terhadap topik yang terdapat dalam wacana.

## **B. Saran**

Penelitian tentang wacana dalam rubrik “Kompas Karier” surat kabar harian *Kompas* ini merupakan studi awal yang menggunakan data yang masih terbatas dan dilakukan penelitian secara manual. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan data yang memadai, sehingga mekanisme bagaimana bahasa digunakan untuk keperluan persuasi, khususnya digunakan untuk motivasi berdasarkan genre dapat terungkap dengan jelas.

Sebagai saran, penelitian tentang perbandingan mekanisme bahasa yang digunakan selain bertujuan untuk keperluan persuasi, misalnya iklan, dalam wacana yang berhubungan dengan karier juga belum disentuh dalam penelitian ini. Penelitian tersebut jika dilakukan akan mampu mengungkapkan kekhasan mekanisme bahasa wacana berdasarkan konteks budaya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, A.C. 2003. *Pokok Kualitatif: Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Dunia Pustaka Jaya.
- Arifin, Zaenal dan Junaiyah. 2008. *Sintaksis*. Jakarta: Grasindo.
- Bhatia, V.K. 2002. "Applied Genre Analysis: a Multi-perspective Model". Diakses dari <http://www.aelfe.org/documents/text4-Bhatia.pdf> pada 12 Februari 2014.
- Chaer, Abdul. 1994. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul, dan Leonie Agustina. 2004. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djasudarma, Fatimah. 2012. *Wacana dan Pragmatik*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Egins, Suzane dan Diana Slade, 1997. *Analysing Casual Conversation*. London: Casel.
- Egins, Suzane. 2004. *An Introduction to Systemic Function Linguistic*. London: Continuum.
- Halliday, M.A.K dan Ruqaiya Hasan. 1994. *Bahasa, Konteks, Dan Teks: Aspek-Aspek Bahasa dalam Pandangan Semiotik Sosial*. Terjemahan Asruddin Barori Tou. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Halliday, M.A.K. 2004 *The Language of Early Childhood*. London: Continuum.
- Martin, J.R. 1984. *Language, Register, and Genre dalam Children Writing-Course Readings* (Ed. F. Christie). Geelong: Deakin University Press.
- Maryati, Dewi. 2009. Analisis Genre Rubrik 'Surat Pembaca' Surat Kabar Kompas. *Skripsi S1*. Yogyakarta: Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia, FBS UNY.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2011. *Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Munandir, dan Conny R. Semiawan. 1996. *Program Bimbingan Karier di Sekolah*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Proyek Pendidikan Tinggi Akademik.

- Muslihatun. 2010. Analisis Genre Kolom "Percikan Bening" Surat Kabar Harian Jogja. *Skripsi S1*. Yogyakarta: Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia, FBS UNY.
- Rahardjo, Mudjia. 2010. "Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif". Diakses dari <http://mudjiarahardjo.uin-malang.ac.id/> pada 4 September 2014.
- Ramlan. 1981. *Ilmu Bahasa Indonesia: Sintaksis*. Yogyakarta: CV. KARYONO.
- Rosmawaty. 2011. "Tautan Konteks Situasi dan Konteks Budaya: Kajian Linguistik Sistemik Fungsional Pada Cerita Terjemahan Fiksi 'Halilian'". *LITERA*, Vol.10. Diakses dari <http://download.portalgaruda.org/article.phparticle=52361&val=486> pada 15 February 2014.
- Santoso, Riyadi. 1996. *Bahasa dalam Konsep Semiotik Sosial*. Surakarta: UNS Press.
- Setia, Eddy. 2008. "Klausula Kompleks dan Variasinya". *LOGAT*, Vol.IV. diakses dari [http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/16723/1/log-apr2008-4%20\(1\).pdf](http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/16723/1/log-apr2008-4%20(1).pdf) pada 11 Maret 2014.
- Sinar, Tengku Silvana. 2002. *An Introduction to A Systemic-Function Linguistic-Oriented Discourse Analysis*. Singapore: Deezed Consult Singapore.
- Soetjipto, dkk. 2002. *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Amara Books.
- Sudaryanto. 1998. *Metode Linguistik: Bagian Pertama Ke Arah Memahami Metode Linguistik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sukardi, Dewa Ketut. 1987. *Bimbingan Karir di Sekolah-Sekolah*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sumarlam, dkk. 2003. *Teori dan Praktik Analisis Wacana*. Surakarta: Rekatama Media.
- Syafitri, Karina Eka. 2012. Perbedaan Program Manajemen Berkarir Bank Swasta dan Bank Pemerintah untuk Pegawai yang berlatar Belakang Akuntansi. *Skripsi S1*. Diakses dari <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/34558> pada 15 Februari 2014.
- Tarigan, Henri Guntur. 1984. *Prinsip-Prinsip Dasar Sintaksis*. Bandung: Angkasa.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia ed. 4 cet. 1*. Jakarta: Balai Pustaka.

Tomasowa, F.H. 1994. "Analisis Klausa Bahasa Indonesia: Pendekatan Sistemik M.A.K. Halliday" dalam *PELLBA 7 (Pertemuan Linguistik Lembaga Bahasa Atma Jaya: ketujuh)* (Ed. Bambang Kaswanti Purwo). Yogyakarta: Kanisius.

Widyaningrum, Niken. 2011. Analisis Genre Wacana Surat Undangan Pernikahan Agama Islam di Yogyakarta. *Skripsi S1*. Yogyakarta: Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia, FBS UNY.

Wiedarti, Pangesti. 2005. "Piranti Komputasional *Systemic Coder* sebagai Alat Bantu Analisis Teks Berbasis *Systemic Functional Grammar*". *DIKSI*, Vol. 12. Yogyakarta: Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta.

<http://www.careers.govt.nz>.

<http://www.kompaskarier.com/>.

## LAMPIRAN 1. DATA PENELITIAN ANALISIS GENRE WACANA RUBRIK “KOMPAS KARIER” SURAT KABAR KOMPAS

### 1. *EMPOWERMENT*

Kamis, 3 Januari 2013

#### [Tesis]

Salah satu indikator organisasi yang sehat adalah bila didalamnya terdapat individu-individu yang bersemangat. Kita bisa menyaksikan seseorang yang bekerja melampaui jam kerja yang standar dan masih penasaran menyelesaikan pekerjaannya sampai larut malam. Para *‘office boy’* sekalipun bisa terlihat bergerak ke sana kemari, namun tetap tidak lupa memperhatikan apa yang dibutuhkan setiap karyawan yang dilayaninya. Sebaliknya, kita juga tahu bahwa ada lingkungan kerja di mana *mindset* “apa untungnya buat saya?” sangat kencang, dan selalu terjadi hitung-hitungan ‘untung-rugi’ yang ketat antara karyawan dan perusahaan. Banyak perusahaan yang merasa perlu mengikat karyawan dengan berbagai kontrak agar dana yang digunakan untuk mengembangkan karyawan tidak sia-sia. Padahal kita sangat yakin bahwa bila ‘hati’ tidak berada di pekerjaan, kita dengan mudah ‘tidak berada’ di pekerjaan kita. Secara fisik, individu bisa jadi tetap ada di depan komputernya, namun yang dikerjakan bisa saja *‘chatting’* seharian dengan teman, bahkan sibuk berbelanja *‘online’*. Kita lihat betapa semangat karyawan di dalam sebuah organisasi menjadi misteri yang benar-benar perlu dipecahkan.

Menciptakan suasana produktif dan kondusif sama halnya dengan mempersiapkan tanah untuk menanam benih. Tanah yang liat, keras, dan padat, bila ditanami benih, paling-paling hanya bisa sampai memunculkan tunas, namun kemudian tidak bisa menghasilkan tanaman yang bermutu, bila dibandingkan dengan tanah yang sudah gembur, digarap, dicampur dengan kompos dan pupuk. Organisasi pun perlu memikirkan bagaimana membuat wadah yang nyaman untuk bekerja, berkarya dan berinovasi. *‘Empowerment’* perlu menjadi agenda penting dalam membina karyawan, karena kita tahu individu baru akan mengeluarkan isi pikirannya bila ia secara emosional dan *spiritual* merasa *happy*, diterima dan didukung. Kita pun tidak boleh lupa betapa generasi milenial yang kreatif dan pintar, merasa bahwa motivasi adalah hal yang terpenting dalam bekerja. Pada saat bisnis sangat memerlukan konsentrasi, kita kerap melihat *‘Empowerment’* bawahan sering kita lupakan. Padahal, dengan adanya karyawan yang penuh percaya diri dan *‘feel good’* terhadap pekerjaan, kita akan diuntungkan oleh sikap responsif, inovasi dan kemampuan belajar yang lebih canggih.

#### [Argumen]

##### Rasa Sukses sebagai Penyemangat

Kita bisa melihat banyak tantangan yang dihadapi Jokowi-Ahok untuk mengubah mental dan etos kerja institusinya. Namun, suasana kondusif yang kita idam-idamkan, di

mana percaya diri dan rasa kompeten karyawan dirasakan setiap individu, bukanlah hal yang mustahil. Keyakinan, visi yang jernih dan sasaran yang jelas tentu merupakan langkah awal yang baik. Agar rasa percaya diri dan rasa kompeten ini semakin subur, seorang atasan mesti bisa memainkan beragam peran, mulai dari *'trainer'*, *'coach'* dan *'mentor'* bagi anak buah. Atasan juga perlu membiasakan diri agar dalam setiap instruksi dan tugas yang ia berikan terselip pesan-pesan pembelajaran pada bawahannya. Individu pasti akan tergerak bila ia tahu apa yang bisa ia pelajari, mengapa ia harus mengetahui esensi tugasnya. Dengan memberi cukup informasi, mendemonstrasikan cara melakukan pekerjaan, memberi kesempatan untuk mempraktekkan dan mengoreksi kesalahannya, individu tentu akan merasa didorong untuk sukses. *'Performance'* yang sukses inilah yang akan menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan diri. Bila setiap individu dalam organisasi meyakini bahwa upayanya berdampak signifikan terhadap divisi, instansi bahkan lingkungan, ia akan menyuburkan rasa positif mengenai dirinya, pekerjaannya dan tugasnya.

Menciptakan *'Empowerment'* dalam organisasi menyangkut *'self concept'*, *'self esteem'* dan *'self talk'* individu. Individu perlu merasa berharga, berguna, mempunyai pandangan positif mengenai karir, tugas dan pekerjaannya, dan selalu mempunyai ungkapan-ungkapan yang positif dalam *'self dialog'*-nya.

### **[Contoh pengalaman]**

#### **Tanggung Jawab Pengambilan Keputusan**

Di sebuah perusahaan, seorang *salesman* potensial namun tergolong masih junior ditunjuk untuk mengikuti pertemuan industri sejenis di luar negeri. Ia kemudian datang ke atasannya dan mengatakan bahwa ia sebaiknya tidak diikuti dalam tim, karena belum menguasai bisnis dibanding dengan rekan kerja lainnya yang sudah hafal mengenai kasus-kasus transaksi di perusahaan. Padahal, sebetulnya ia bisa dengan mudah ikut dalam rombongan, sekedar menikmati perjalanan dinas yang belum pernah dialaminya. Namun, hal ini tidak dilakukan, karena ia merasa punya tanggung jawab untuk memberi kontribusi penting dalam setiap penugasannya. Inilah yang membedakan individu yang *'empowered'* dan yang tidak. Individu yang *'empowered'* mampu mengambil keputusan atas dirinya, dan *'take charge'* terhadap nasib karirnya sendiri.

### **[Argumen]**

Kita sendiri pun mungkin sering menggunakan ungkapan "serahkan pada ahlinya", dan tidak menyadari bahwa sikap ini bisa menjadikan individu seolah menghindari dari pengambilan keputusan dan mengambil jarak terhadap suatu permasalahan. Akibatnya, individu terbiasa bersikap *'indecisive'*, tidak bisa mengambil keputusan di dalam *area* wewenangnya. Bahkan, yang lebih parah lagi, tidak mengambil keputusan atas diri dan nasibnya sendiri. Padahal, kita tahu bahwa individu sendirilah yang perlu memainkan peran aktif dalam menentukan masa depannya, menggapai cita-cita dan mimpinya, bukan perusahaan. Dalam konteks kerja, kita melihat ini sebagai *'blind acceptance of authority'*,

yaitu kondisi di mana individu tidak terbiasa mempunyai gambaran dan melihat dirinya sendiri secara jelas. Bila berlarut-larut, hal ini bisa berkembang dan mempengaruhi struktur 'power' di organisasi.

### [Reiterasi]

Kita memang tidak bisa menutup mata bahwa individu dibesarkan dengan cara yang berbeda-beda. Ada anak yang sudah diberi pilihan sejak kecil, tetapi ada juga anak yang pilihan hidupnya dibuatkan oleh orang tua. Alhasil, dalam organisasi kita akan menemukan individu yang bervariasi, dari mempunyai kapasitas '*self growth*' besar dan kecil. Jadi, bisakah kita menciptakan *empowerment* di organisasi? Yang jelas, menciptakan suasana penuh inisiatif dan berspirit ini bukan suatu proses membalik tangan. Ini sama dengan kenyataan bahwa kita tidak bisa mengubah budaya korporasi dengan satu program saja. Menciptakan suasana penuh *empowerment* adalah proses yang dinamis, panjang, dan menyentuh area 'bawah sadar' individu.

## 2. *RAPPORT*

Senin, 14 Januari 2013

### [Contoh pengalaman]

Seorang teman dikenal memiliki reputasi sebagai "*supersalesman*". Kemampuannya dalam *product knowledge* dan mempersuasi pelanggan tidak diragukan lagi. Dengan catatan prestasinya ini, ia diangkat menjadi manajer penjualan dan ditantang untuk membawahi 10 orang '*salesman*'. Dengan *track record* seperti ini, saat ia memangku jabatan baru, kita tentu mengharapkan sudah tidak ada resistensi lagi dari anak buah. Namun ternyata, terasa benar ada ketidakinginan anak buah untuk bekerja sama dengannya, bahkan ada bisik-bisik yang mendiskreditkannya. Ia yakin bahwa dengan kemampuan '*sales*'-nya, suatu saat ia akan bisa memimpin tim dengan baik. Namun demikian, momentum itu tidak kunjung datang. Ia tetap sulit '*mingle*' dengan anak buah. Pertanyaannya ditanggapi dengan muka kecut, jawaban seadanya, bahkan kerap membuat 'berang' anak buah. Padahal, ia tidak pernah mengungkapkan kata-kata kasar, memarahi, atau menyudutkan anak buah. Timbul pertanyaan, mengapa orang bisa-bisanya menutup hati untuk suatu hubungan baik, sehingga seolah-olah ada dinding yang tidak tertembus?

### [Tesis]

Kita tentu bertanya-tanya, apa yang membuat seseorang tidak bisa memulai hubungan dengan bawahan? Padahal, kita sadari betapa kepemimpinan bisa macet, bila tidak ada hubungan *interpersonal* yang lancar antara atasan dan bawahan. Situasi ini juga membuka mata kita betapa pembentukan hubungan baik merupakan dasar dan menjadi persyaratan utama dari kepemimpinan, juga hubungan '*coaching-mentoring*'. Dalam ilmu psikologi, pencairan hubungan antara satu orang dengan yang lain ini disebut '*Rapport*'.

*Rapport* ditandai keinginan kedua belah pihak untuk saling menguatkan. Para ahli mengatakan bahwa dasar dari *Rapport* adalah menghilangnya rasa curiga dan tumbuhnya rasa percaya. Pertanyaannya, Mengapa ada orang yang begitu sulit menembus dinding penahan rasa percaya ini?

### [Contoh pengalaman]

#### Membuka diri dengan ‘life lessons’

Seorang teman, bercerita bahwa ia pernah mendapat sahabat justru ketika ia mengalami kecelakaan kecil. Saat itu, orang yang menyaksikan menaruh iba dan menunjukkan empati pada kejadian yang dialaminya. Momen ini kemudian membuka jalan keduanya lebih membuka diri dan tidak ragu untuk berbagi pengalaman hidup, sehingga tanpa disadari hubungan baik pun terbentuk. Namun, membuka diri memang bukan hal yang mudah. Dalam hubungan bisnis atau hubungan atasan bawahan, kita sering dikelabui oleh hubungan yang diwarnai oleh wewenang, sehingga seorang anak buah terpaksa mematuhi perintah atasan, ataupun seorang *customer service* memang mempunyai keharusan melayani pelanggan. *Rapport* tidak terjadi.

### [Argumen]

Dalam hubungan atasan-bawahan, di mana atasan menuntut bawahan untuk berprestasi, tetapi sekaligus belajar, hubungan tanpa *Rapport* tidak akan mempan. Ini sebabnya, atasanlah yang perlu aktif berstrategi membina *Rapport*. Kitalah yang mesti membiarkan diri mengalami penetrasi sosial. Kuncinya sebetulnya sederhana, orang bisa dengan mudah ‘masuk’ dalam hubungan yang lebih mendalam, bila mengenal orang lain secara lebih mendalam. Artinya, pengenalan tidak di permukaan saja. Bayangkan bagaimana rasa percaya dan hubungan bisa mendalam, jika banyak hal dalam kehidupan pribadi ataupun di pekerjaan dirahasiakan, disembunyikan, ditutup-tutupi? Membuka diri bukan berarti membuka aib kita. Namun, yang kita bagi adalah pelajaran hidup atau “*life lesson*” secara rendah hati, yang diperoleh dari asam-garam pengalaman.

Seorang *coach* basket mengatakan bahwa bila ia tidak berbagi ‘*life lessons*’ dengan timnya, maka timnya tidak akan mengembangkan kualitas hubungan baik antar tim. Ia memberi contoh, bahwa dengan mengajak anggota tim untuk memberi bantuan pada orang-orang yang memerlukan, kelompoknya lebih peka terhadap kegiatan memberi. Hal yang kemudian dipelajari oleh anggota tim adalah bahwa membuat seseorang senang juga membuahkan kesenangan. Hal-hal inilah yang bernilai jauh lebih besar daripada pengajaran ‘*hardskill*’ yang lebih teraga, namun ini juga yang sering dilupakan para atasan. Padahal banyak sekali hal-hal yang bisa di ‘*share*’ yang juga akan membangun simpati ke diri kita, misalnya kebiasaan bicara apa adanya, bersikap proaktif, kerja keras, berusaha memahami orang lain tanpa minta dipahami, tidak mengeluh dan selalu memfokuskan perhatian pada hal-hal yang positif. Dalam hubungan atasan-bawahan atau tim, seorang atasan juga bisa berbagi, tentang bagaimana ia menghadapi kesulitan, bagaimana ia belajar atau bagaimana

ia menyayangi orang disekitarnya. Kita perlu berani mengekspose *'life lessons'* kita pada anak buah, karena mau tidak mau, sebagian besar dari materi *coaching* juga berisi *"life lessons"*: *"laws of life"*, *"truths of life"*, yang berupa sikap dan nilai-nilai kehidupan. *Rapport* akan lebih mudah terbentuk bila daya tarik dan *'familiarity'* sudah terjadi.

#### [Reiterasi]

##### Menciptakan 'rasa dimengerti'

*Rapport* terjadi bila individu merasa aman sepenuhnya dengan keberadaan kita. Selain itu, ia perlu merasa bahwa ia dimengerti. Ini sulit terjadi bila atasan terlalu sibuk dengan agenda dirinya dan memikirkan dirinya sendiri. Untuk itu, atasan perlu untuk sementara waktu bersikap *'selfless'* dan *'selesai'* dengan dirinya sendiri. Caranya, antara lain dengan menunjukkan dirinya 100% siap menolong, menghadapi orang lain dengan tulus dan penuh minat mencari tahu tentang keadaan bawahan. Sikap proaktif seorang pemimpin tetap harus terarah pada anggota tim, bukan kepada dirinya sendiri. Karisma dan sikap saling mengerti hanya terarah pada anggota timnya, tidak pernah memikirkan untung rugi atau timbal baliknya hubungan. Ketika mengajukan pertanyaan atau ditanya, kita pun perlu bersikap sebagai *"open space listener"*, yaitu dengan sabar menunggu jawaban dan pendapat orang lain, tanpa kehendak untuk mengeluarkan pendapat kita sendiri, karena *'agenda'* kita memang tidak lain daripada membuat orang lain merasa dimengerti. Hanya dengan upaya keras untuk membuat *'impact'* pada pihak lainlah kita bisa membina hubungan kondusif yang ujungnya bisa mempengaruhi anggota tim kita untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik.

### 3. NILAI TAMBAH KREATIVITAS

Senin, 21 Januari 2013

#### [Tesis]

Kreativitas jelas merupakan tuntutan bagi pekerja seni, seperti artis, penyanyi, pemusik atau pelukis. Kita tahu, *'income'* mereka yang sukses di bidang seni seperti ini banyak. Seorang pelukis bisa membuat galeri dari sekedar menjual 1-2 lukisan saja. Seorang penyanyi bisa menghasilkan banyak uang dalam sekali bernyanyi. Bukan main! Namun, berapa persentase seniman yang sukses ini? Bukankah lebih banyak seniman 'tanggung' tanpa apresiasi pelanggan? Hal ini menjadikan banyak alumni pendidikan seni sendiri yang kemudian merasa bahwa berkreaitivitas, berinovasi itu tidak *'make money'*. Benarkah kreativitas tidak memiliki nilai 'moneter'? Kita tahu dunia bisnis masih kerap melihat kreativitas sebagai kemewahan dan 'arena buang buang duit' saja? Kalau bukan pemborosan, ada yang beranggapan bahwa kreativitas atau inovasi adalah 'bagian' orang-orang yang tidak serius dan berdisiplin: *"Area Gen Y!"*, kata seorang CEO. Ada juga yang menyebut: "Industri kami adalah industri yang serius, kita bukan memproduksi *'rock star'*".



Paradigma inilah yang sering menyebabkan banyak orang tidak meyakini bahwa kreativitas perlu mendapat tempat terdepan dalam pencarian solusi terhadap permasalahan di tempat kerja.

### [Argumen]

Bila kita berpikir bahwa kreativitas hanya salah satu *'feature'* dalam kegiatan pikir kita, kita perlu membuka mata lebih lebar. Mekanik mobil harus menemukan cara mendeteksi kerusakan mesin, yang tidak dipelajari dengan sistem *problem solving* di sekolah. CEO yang terkenal kekuatannya dalam mengotak-atik angka keuangan, pada saatnya perlu menggunakan kreativitasnya untuk memahami problem yang kompleks. Jelas bahwa kreativitas ada di dalam setiap situasi? Kita perlu meyakini betapa bisnis tidak bisa berjalan tanpa berkreativitas. Kita bisa menyaksikan perusahaan bermodal besar, bisa tiba-tiba menjadi 'gajah bengkok' karena tidak kreatif. *Mindset* tidak mementingkan kreativitas sungguh melahirkan mental "tidak bisa" yang membunuh. Perusahaan seperti GE, yang demikian sukses di abad ke-20 lalu, sekarang pun berkiprah ke kepedulian lingkungan dan inovasi *ecomagination*, serta masih harus membuktikan apakah mereka akan mencetak laba dan membuat perusahaannya bisa se-sexy *Apple*. Fenomena ini membuktikan bahwa kreativitas dan inovasi tidak bisa berbentuk *'lipsservice'*, basa-basi, atau setengah-setengah.

### [Contoh pengalaman]

Bila kita masih meragukan bahwa kreativitas tidak mempunyai nilai moneter, mari simak kisah Peter Thiel. Dengan kesungguhan hati, beliau meninggalkan dunia advokat dan menciptakan *PayPal*. Apa modalnya? Pemikiran matang yang dielaborasi dan dituntaskan. Hasilnya, Thiel sekarang menjadi pemegang saham terbesar dari perusahaan bergengsi lain seperti *Facebook*. Ia pun kini mengerjakan hal yang diimpikannya, yaitu menjadi dosen di Stanford dengan mata kuliah *creative economy*. Kreativitas sebagai kunci sukses finansial juga sudah dibuktikan oleh Cirque du Soleil, yang mengubah sirkus binatang yang hampir mati, menjadi ajang *show* musikal dan tari manusia berbakat. Strateginya adalah memasukkan sedikit bumbu imajinasi dalam rumus strategi kita. Jadi, pertanyaannya sekarang adalah: apa upaya yang harus kita lakukan dalam perusahaan agar manusianya termotivasi untuk senantiasa melakukan perbaikan produk, membaca pelanggan, bahkan membuat terobosan baru.

### [Argumen]

#### Semua orang harus kreatif

Kita sering menyaksikan perusahaan mengunggulkan peran *salesman* dan *frontliner*, karena merekalah orang yang bertemu pelanggan. Ada juga perusahaan yang membayar mahal para ahli keuangannya karena berpikir bahwa merekalah yang bisa mengkotak katik *'cashflow'* dan mengefisienkan perusahaan, sehingga bisa mencetak laba lebih banyak. Kita tidak menyadari betapa begitu kita meng-'utama'-kan segelintir orang di

perusahaan, maka matilah kreativitas yang lain. Individu merasa tidak perlu berinovasi, “Sudah ada ahlinya”, kata mereka. Padahal, ekonomi kreatif yang didengungkan David Brooks, hanya bisa terjadi bila semua orang merasakan urgensi yang sama untuk senantiasa berubah, menawarkan ‘value’ baru ke pelanggan dan men’*deliver*’nya sesegera mungkin.

Para manajer dan *supervisor*, sebetulnya perlu membiasakan diri untuk mendisiplinkan kreativitas. Walaupun sulit dan tidak teraga, kreativitas bisa di-’*manage*’. Di sebuah perusahaan yang yakin akan inovasi, disebarkan *spirit* “*can do*”, yaitu tidak ada kata “tidak bisa”. Mereka juga menumbuhkan keyakinan bahwa kesalahan adalah cara merangsang inovasi. Tanpa susah-susah, perusahaan ini sudah memotivasi seluruh karyawan untuk berkreasi. Masih banyak cara yang bisa kita gunakan, agar berinovasi dianggap setiap orang sesuatu yang ‘*fun*’ dan menantang, tetapi juga keharusan. Kita bisa menggalakkan ‘*brainstorming*’ sebelum mengambil keputusan. Kita pun bisa menggalakkan ‘*wholebrain thinking*’ dengan menukar *problem solver* yang tidak sesuai bidangnya, misalnya akuntan diminta memecahkan masalah pemasaran atau sebaliknya.

### [Reiterasi]

#### Mengolah Sesuatu dengan Berbeda

Pada tahun 2005, W. Chan Kim dan Renée Mauborgne sudah memaparkan usulan agar kita tidak mati-matian berebut pasar yang serupa dengan kompetitor, misalnya dengan banting harga atau menjelek-jelekkan kompetitor kita. Hal yang bisa kita lakukan adalah mencari “*Blue Ocean*”, yaitu ajang kreativitas, di mana kita berani tampil beda, sehingga tidak perlu berkompetisi berdarah-darah. Inilah yang dilakukan Steve Jobs sejak lama. Ia menjual musik melalui *i-Tunes*, membuat telpon 3 in 1, dan membuat komputer 4 in 1. Semua ini memang sekadar keperluan sehari-hari kita, tetapi pengolahannya yang membuat ia beda, sehingga nilai tambah pun muncul. Buah pemikiran itu kemudian menjadi sangat bernilai dan pada akhirnya mencetak keuntungan material yang luar biasa. Disinilah bedanya menghadapi kesulitan, perang kompetisi dengan berpikir keras untuk mendapatkan peluang.

Riset menunjukkan betapa kreativitas adalah ketrampilan yang diasah dan dikembangkan, bukan dimiliki sejak lahir. Semakin sering kita melakukan *benchmark*, mengembangkan minat pada bidang lain di luar bidang keahlian kita, berdiskusi dengan individu dari keahlian yang berbeda, semakin tajam kita saat membedah permasalahan kerja kita dengan sudut pandang baru. Penelitian bahkan mengatakan, bahwa karyawan yang aktif bersosial media, punya kecenderungan lebih kreatif daripada yang tidak. Kita bisa melihat betapa mengasah kreativitas bahkan bisa mengembangkan kualitas kehidupan kita secara menyeluruh, yang ujung-ujungnya akan memberi kontribusi pada kemajuan bisnis, juga masyarakat. Ya, kreativitas tidak boleh dikebelakangkan. Kita sudah tidak punya pilihan: *delight or die*.

#### 4. TERIMA KASIH

Senin, 4 Maret 2013

##### [Contoh pengalaman]

Teman saya, seorang yang sukses memimpin berbagai perusahaan dan sangat populer di pergaulan, mempunyai kebiasaan yang sudah sangat dikenali oleh orang-orang yang dekat dengannya. Setiap percakapan melalui email atau teks, selalu diakhirinya dengan kata: "Terima kasih". Hal yang unik adalah ia ingin agar dialah yang menutup pembicaraan. Bila ucapan "terima kasih"-nya kita jawab, maka ia akan menambahkan komentar lain, supaya ia menjadi orang yang terakhir berucap dalam dialog itu. Pada sebuah kesempatan, saya tanyakan, mengapa ia mempunyai kebiasaan 'manis' ini. Jawaban beliau sederhana saja: "Itu cara saya menghargai orang".

##### [Tesis]

Setiap orang memang bisa punya pandangan berbeda-beda mengenai ungkapan 'terima kasih'. Seorang manajer pernah mengeluh bahwa ungkapan terima kasih yang ia sampaikan, kerap oleh orang lain dianggap otomatis memang harus demikian. Itu sebabnya, ada pula orang yang merasa bahwa ungkapan tersebut bisa digantikan proses elektrik yang dilakukan oleh komputer. Bagi sebagian orang, ungkapan 'terima kasih' dianggap sebagai sesuatu yang "ekstra", yang hanya diberikan untuk tindakan-tindakan yang melampaui ekspektansi. Bukan untuk hasil tindakan sehari-hari. "Mereka dibayar untuk mengerjakan pekerjaan mereka, mengapa kita harus mengucapkan terima kasih?", ujar seorang 'owner' perusahaan. Di sebuah organisasi yang tengah menggalakkan budaya "*Smile & Thanks*", seorang karyawan bahkan berkata, "Saat saya menandatangani kontrak kerja dulu, tidak tertulis kewajiban untuk mengatakan 'terima kasih'. Jadi, mengapa harus repot-repot?". Alangkah bertentangannya dengan teman saya di atas.

##### [Argumen]

Kata terima kasih, memang terasa begitu sederhana, sehingga tanpa disadari sering terlewat dalam benak kita. Kita bisa jadi terlalu sibuk dengan kegiatan bisnis, berorganisasi, politik untuk bersikap 'baik' pada orang lain. Kita mungkin lupa bahwa ungkapan terima kasih bisa mengandung "*magic*". Kata 'terima kasih' juga jelas mengandung rasa hormat dan menyalurkan rasa 'care' yang berbobot emosi. Bila reward dan apresiasi untuk prestasi cemerlang, kerap kita tuangkan dalam program dan strategi untuk memotivasi karyawan, kita sering lupa bahwa situasi yang sehari-hari dan rutinlah yang lebih dominan di dunia kerja. Disinilah kita sering kecolongan dan lupa menghargai seseorang di dalam tim dan hanya tergugah pada "*extra miles*" saja.

##### Bobot emosi

Seorang teman terkejut ketika anak buahnya mengirimkan sms "terima kasih". Ketika ia tanyakan untuk apa, anak buahnya tersebut mengatakan ia berterima kasih karena

diberikan tugas yang super sulit di pekerjaan. Setelah itu, mereka langsung bersahabat. Kita lihat, betapa kata terima kasih mempunyai bobot emosional. Dalam situasi sehari-hari, saat seseorang mengungkapkan terima kasih yang tulus, misalnya saat kita menahan pintu lift untuknya, bukankan kita segera bisa merasakan semburan kehangatan di dalam ekspresinya? Kata “terima kasih” bisa sangat ampuh untuk kita gunakan dalam menunjukkan kepedulian, menghargai niat baik dari seseorang terhadap orang lain. Di saat di mana kita semakin banyak menggantikan komunikasi tatap muka dengan kontak secara elektronik dan tertulis, dan mengkhawatirkan tidak adanya ‘jiwa’ dalam komunikasi modern ini, alangkah bodohnya bila kita mengabaikan dua kata tersebut. Bukankah kita tidak punya risiko apapun bila mengungkapkannya? Kita tentu tidak pernah bertemu orang yang marah ataupun sedih bila mendengar kita mengucapkan “terima kasih”, bukan?

### ***The Power “thank you”***

Dalam sebuah survei kecil di perusahaan di mana semua orang mengira bahwa hal yang dianggap paling penting oleh karyawan adalah upah, hasilnya ternyata ‘penghargaan’ menduduki peringkat pertama. Ini bukti betapa kepedulian, ‘care’ dan apresiasi adalah perilaku manajerial yang penting dalam organisasi. Dan, hal ini tidak bisa ditampilkan hanya dalam “upacara” atau *ceremonial* saja, karena apresiasi ini justru perlu terasa dalam situasi harian. “Deadline”, rutinitas pencapaian target, sudah pasti menimbulkan tekanan yang membawa suasana menjadi bertegangan tinggi. Bila tidak hati-hati, disinilah kita bisa kehilangan kesempatan membina “trust” dan hubungan baik, yang sesungguhnya adalah unsur utama dari kinerja dan motivasi tim.

Bila kita merasa kerja baik dan kerja keras saja cukup untuk membuat kita berhasil di tempat kerja, ternyata tidak selalu demikian kondisinya. Seorang teman saya, tidak jadi mempromosikan anak buahnya, ketika ia tidak mendapat jawaban atas ucapan terima kasihnya. Ia mengatakan, “Bila ungkapan terima kasih disepelekan, bagaimana ia akan menhandel masalah interpersonal yang lebih penting? Hal yang penting dan ingin saya ketahui sebetulnya adalah apa yang ia pikirkan mengenai ‘hubungan’ atasan-bawahan, hubungan antar manusia, dan terutama hubungannya dengan perusahaan”. Ternyata, bagi sebagian orang, kata terima kasih ia nyatakan dengan cara yang berarti. Dan sebaliknya, ia pun menginginkan sikap yang sama.

### **[Reiterasi]**

Kita sering tidak sadar bahwa membuat kebiasaan kecil, seperti “say thank you” mempunyai dampak demikian besar pada kultur kelompok. Ada perusahaan yang mempunyai prosedur standar, dalam rencana proyeknya, yaitu tahapan “terima kasih”. Meski ada karyawan yang awalnya mengolok-olok, namun mereka meyakini betapa rutinitas menghargai dan mengucapkan terima kasih secara disiplin akan mengembangkan lingkungan kerja yang lebih positif dan apresiatif, yang ujung-ujungnya akan mendorong produktivitas. Bila kebiasaan mengucapkan terima kasih ini kemudian dikembangkan dengan mengucapkan alasan yang dibumbui dengan keterangan betapa ‘action’ orang

tersebut sudah membuat diri kita beruntung, bayangkan betapa moral tim dan hubungan individu dalam kelompok bisa diperbaiki tanpa perlu mengeluarkan biaya mahal sama sekali.

## 5. AHLI

Senin, 15 April 2013

### [Tesis]

Akses *internet* yang begitu mudahnya saat ini, menjadikan pengetahuan seolah sudah jadi semurah kacang goreng. Kita mengalami banjir informasi. Tiba-tiba kita merasa lebih *"in the know"* daripada waktu-waktu sebelumnya. Bahkan banyak ilmu yang dulunya tidak populer, kini menjadi demikian populer, dengan frekuensi informasi yang bertubi-tubi, melalui sosial media, *blogs* dan lain-lain. Kita bisa belajar menari, menonton cara memasak, cara membuat sabun, bahkan cara membuat bom dan apapun dalam *internet*. Bila beberapa dekade yang lalu orang membayar mahal untuk pergi ke konsultan perkawinan, ahli finansial, konsultan bisnis, sekarang ke semua ilmu itu ada di buku-buku populer, yang ditulis oleh orang yang "tahu", tetapi tidak terlalu berpengalaman sekali. Kita sudah berada di era *"everyday expert"* yang udah tidak bisa dihindari, ditolak, ataupun dilecehkan.

### [Argumen]

Dulu kita kadang mengatakan, "serahkan saja pada ahlinya". Namun, pernyataan ini sekarang menjadi kontradiksi, karena kita dihadapkan pada situasi di mana sulit membedakan mana yang benar-benar ahli karena ilmu dan pengalaman, dengan mereka yang menjadi pengamat dan kemudian bisa memberikan kata-kata "cerdas" dan "bertuah" layak ahlinya. Orang dengan mudah menulis dan mempublikasikan *tips*. Orang dengan mudah membuat analisa politik. Bahkan, ajang analisa, tanpa proses edit, disediakan oleh harian-harian terkemuka. Fasilitas sosial media, bukan sekedar berubah menjadi ajang penjualan '*online*' aja, tetapi juga ajang pengajaran kilat. Kita tidak bisa mengatakan pembicaraan para 'pemula' ini sebagai hal yang *ngawur*, karena apa yang mereka ulas masuk akal, juga berguna bagi orang yang belum tahu dan membutuhkan. Kita bisa menikmati hasil pengalaman sehari-hari, dan pengkajian individu terhadap beberapa tulisan, menjadi subyek yang menarik. Dalam sekejap, masyarakat tiba-tiba bisa memproklamirkan seseorang menjadi "ahli". Memang, dalam era *internet* seperti ini, "bisa" ilmu individu tidak dites lagi oleh penggunanya. Jadilah banyak orang kemudian bisa menjadi *"All-Star Adviser"*.

Kita bisa melihat betapa ahli-ahli yang sebenarnya, menjadi kehilangan pasar karena para amatir sudah 'berjalan sendiri'. Jalur ekspertis, sudah menjadi singkat secara dramatis. Misalnya saja, *gadget* canggih yang memberi kemudahan bagi kita untuk memotret dan mengedit foto dalam hitungan detik, membuat "ahli fotografi" kemudian berjamur di mana-mana. Bagaimana kualitas foto yang mereka hasilkan? *"Not bad"*, kata orang. Kita sedang menghadapi era di mana para *"partial pro"* sudah laku dan terpakai.

Pertanyaannya, apakah kemudian kita memang tidak perlu lagi mengembangkan keahlian yang mendalam? Apakah organisasi masih membutuhkan individu yang benar-benar ahli di beberapa posisi, atau situasi?

### **Tidak Ada Jalan Pintas**

Kita bisa menyaksikan sendiri, betapa di parlemen, orang yang tidak tahu sama sekali mengenai suatu subyek, mengajukan pertanyaan-pertanyaan pada eksekutor, yang bukan saja sudah berbulan-bulan menyusun laporan, tetapi juga sudah bertahun-tahun berkulat dibidangnya. Saat sekarang, terhadap ekspertis pun sudah terjadi demokratisasi. Siapa pun boleh bicara mengenai ilmu apa pun. Melalui *internet* dan berbagai bacaan, orang-orang awam yang pandai bisa mempelajari ilmu tertentu, misalnya ilmu kedokteran atau bahkan ilmu bedahnya. Namun, untuk menjadi ahli bedah yang handal, ada proses yang tidak bisa ditawar-tawar. Dibutuhkan jumlah praktek intensif berkualitas untuk bisa mengembangkan keahlian ini. Jadi, kita tetap bisa meyakini bahwa proses menjadi *expert*, tidak terjadi dalam semalam.

Kita bisa melihat banyak lembaga atau organisasi yang ‘memelihara’ para ahli sampai usia yang terlalu lanjut, tanpa berpikir keras untuk mempersiapkan suksesinya. Ini tentu hal berbahaya pada saat organisasi berkembang. Bisakah kita meng-kloning seorang ahli, misalnya saja *salesman* yang jagoan, dengan anak muda yang masih mentah? Keahlian seorang *salesman* memang nampaknya sederhana, tetapi perjuangannya, pengorbanannya, mawas diri dan proses belajarnya, sampai ia trampil melihat peluang, jago mendekati pelanggan, tahu kapan bertahan harga dan bernegosiasi, tidak bisa dipelajari dalam semalam. Tidak ada jalan pintas. Waktu yang dibutuhkan seseorang untuk bisa mengklaim dirinya sebagai ahli, umumnya tidak kurang dari 5 tahun sejak ia pertama berkecimpung di bidangnya. Itu pun dengan perhitungan, ia melakukan praktik secara intensif dan melakukan ‘*problem solving*’ secara terus-menerus. Seorang ahli manajemen menyatakan bahwa setiap organisasi perlu memikirkan untuk membangun kapasitas orang-orang melalui mentoring, yaitu dengan menjadikan para ahli sebagai tempat bertanya, tempat menyelesaikan masalah, dan juga tempat mengembangkan kekuatan perusahaan misalnya “*product knowledge*”, inovasi, atau servis.

### **Fokus pada Expertis**

Adakalanya kita mendengar bisik-bisik para CEO atau pemilik perusahaan: “Saya tidak tahu harus berbuat apa tanpa dia”, bila membicarakan seseorang dengan keahlian khusus yang sangat dibutuhkan perusahaan. Tentunya ketergantungan ini sangat tidak sehat dan berbahaya. Sampai-sampai Henry Ford pernah menyatakan bahwa sebaiknya tidak ada seorang *expert* pun di perusahaan. Pernyataan ini tentu menyesatkan. Bayangkan apa jadinya bila individu tidak memelihara, tidak mempertajam, bahkan mentelantarkan keahliannya? Siapa yang akan memberi ‘nilai’ tambah pada perusahaan? Siapa yang akan mempercanggih lembaga? Tanpa expertis, lembaga akan berhadapan dengan ‘*potential loss*’ di depan mata.

**[Reiterasi]**

Seorang ahli mengatakan setidaknya untuk membentuk seseorang sampai menjadi ahli, ia harus betul-betul ‘masuk’ ke dalam kegiatan tersebut, dan mengalami pahit manisnya. Sambil mendalaminya, perlu ada tanya jawab yang sangat intensif baik oleh pembimbingnya, maupun oleh yang dilatih. Mempertajam keahlian bisa dilakukan dengan mengembangkan pertanyaan pertanyaan perlu bersifat diagnostik, dan selalu diarahkan pada *problem solving* yang empiris. Kiatnya adalah: “*OPPTY*”: *observation, practice, partnering, problem solving*, dan *taking responsibility*. Ternyata keahlian, tidak gampang diwariskan. Perlu ada kegiatan yang serius untuk pengembangan ini. Hanya dengan ‘mengulik’ secara intensif dan mendalam, seorang *expert* bisa ditumbuhkan.

**6. DEKAT DIHATI**

Senin, 6 Mei 2013

**[Tesis]**

Banyak orang yang jago, ahli dan menguasai bidang kerjanya, mengeluh “suara”-nya tidak didengar atau bahkan kehadirannya disepelekan oleh rekan kerja lainnya. Seorang karyawan, Ani, dengan nada frustrasi mengeluh, “Soal pengalaman dan hasil pekerjaan, saya lebih baik. Namun, rekan saya yang hasil kerjanya tidak hebat-hebat amat, lebih didengar. Dengan situasi ini, kecil kemungkinan saya bisa dipromosikan jadi *manager*”. Lain lagi Ari, yang bekerja di perusahaan konsultan global terkenal. Proyek-proyeknya sangat penting. Dan, karena kesuksesannya, ia sering diminta menjadi pembicara di berbagai seminar. “Tapi, mengapa ya, saya punya ‘*feeling*’ bahwa orang tidak mengerti apa yang saya terangkan dan tidak mem-“*buy in*” apa yang saya anjurkan?” Bila kita amati, memang banyak sekali masalah ‘pengaruh’ di sekitar kita. Otoritas, pengangkatan seseorang menjadi direktur, manajer ataupun pejabat sekalipun, tidak menjamin ia bisa diterima, disayang, di-“*buy in*” atau juga dikenang oleh orang di sekitarnya. Kita bisa patuh tanpa ‘suka’ pada pemimpin kita.

Masyarakat memang bebas membeli simpati pada tokoh yang dipilihnya. Kita melihat banyak upaya pejabat untuk mengembangkan pencitraan dan kedekatan dengan rakyatnya. Kadang, semakin besar upayanya, malah semakin buruk pencitraannya. Setiap ungkapan, foto, bahkan pesan *twitter*-nya dikomentari negatif oleh masyarakat. Sebaliknya, minggu lalu, kita melihat bagaimana orang berbondong-bondong, mengantarkan Ustadz Jeffrey ke tempat peristirahatan terakhirnya. Dari berbagai penjuru lokasi, orang-orang datang untuk menyembahyangkan jenazahnya, mengingat-ingat kebbaikannya. Seolah-olah tidak seorang pun punya keinginan untuk cepat-cepat menghilangkan kenangan almarhum dari benak dan kehidupannya. Bahkan kerendahan hatinya, keinginan beliau untuk tidak menonjol pun, malah menjadi “*signature voice*”-nya. Terasa benar ia “dekat”, “disayang” dan “hadir” di hati masyarakat. Hampir-hampir, tidak ada satu media pun yang menyebut-nyebut

hal negatif mengenai Uje. Apa yang sudah dilakukan almarhum? Mengapa ia begitu dekat di hati?

### [Argumen]

Kita tahu tidak sedikit orang memoles “tongkrongan” untuk meningkatkan pengaruh. Namun, sebaliknya, kita melihat tokoh yang tidak punya ‘tongkrongan’, seperti contohnya ibu Teresa, bisa memimpin barisan relawan yang jumlahnya beribu-ribu orang, disayang, direspek, diikuti, sama berpengaruhnya seperti wanita besi, Margareth Thatcher. Apa yang membuat pemimpin mempunyai ‘keberadaan’ kuat seperti ini? Apa yang membuat pengikut ‘jatuh cinta’ pada pemimpinnya? Apa yang membuat bawahan mengagumi dan ‘percaya’ pada apa yang dinyatakan pemimpinnya? Pendapat bahwa karakter yang merupakan ‘bawaan’ kepribadian, sangat menentukan pengaruh, tidak selalu benar, karena orang yang pendiam, kecil tidak ‘keren’ pun terkadang bisa berpengaruh. Berarti benar, *some things need to be believed to be seen*, kata orang.

### **“Earned authority”**

Dari beberapa contoh, kita bisa belajar bahwa otoritas pengikut atau masyarakat seringkali diperoleh seorang pemimpin setelah ia membuktikan “harga”-nya di depan ‘mata-kepala’ pengikutnya, bukan karena cerita atau kata-kata. Banyak orang mengatakan bahwa pemimpin harus menjadi model, contoh bagi pengikutnya. Namun, sering kali hal itu pun masih tidak cukup. Kita bisa melihat bahwa pamor yang dipancarkan seorang pemimpin benar-benar datang dari tingkah lakunya. Bila individu betul-betul serius ingin mengembangkan kedekatan dan pengaruhnya, ia mesti terlihat menciptakan hal-hal yang baik, bahkan perlu membuktikan kemampuannya menghadapi situasi-situasi sulit, berkonflik, dan mendesak. Melalui situasi seperti itulah orang bisa menyaksikan obsesi, standar dan fokus kita sebagai pemimpin. Melalui situasi sehari-harilah orang mengetahui bagaimana kita meng-‘*approach*’ orang lain, berbicara secara tulus dan jujur, dan bagaimana kita menyalurkan emosi kita secara positif.

### [Contoh pengalaman]

Kita tentu pernah mendengar cerita Bung Karno yang rutin mengunjungi rumah-rumah pegawai istana dan *menyomot* tempe goreng masakan dari dapur rumah pegawai. Bila kita telaah, sebetulnya banyak hal yang bisa dilakukan untuk menunjukkan kita “hadir” untuk tim. Kepala pabrik, bisa melakukan *briefing* harian di lapangan dan kemudian berkeliling pabrik untuk menegur dan menyapa bawahan. Kepala sekolah, kadang perlu berdiri di gerbang masuk, memberi salam pagi pada setiap murid. CEO pun bisa memilih untuk tidak berada di ruangan terpisah, makan siang dikantin, bisa disapa dan didatangi siapa saja. Semua tingkah laku ini adalah contoh bagaimana orang bisa memancarkan pamornya yang didasari ketulusan, nilai-nilai yang jelas, dan keyakinan diri. Tidak ada kekhawatiran bahwa kedekatan membuat anak buah “kurang ajar”. Tidak ditemui juga niat untuk “jaga *image*”. Bisa kita bayangkan, bagaimana reaksi para ‘*follower*’ bila pemimpin



seperti ini mengajak untuk melakukan sesuatu. Otoritas tidak penting di sini, otoritas seolah sudah mengalir dalam diri pemimpinnya.

### [Reiterasi]

#### Hadir “Apa Adanya”

Membaur dengan bawahan atau rakyat, bukan berarti kita benar-benar ‘menyamakan’ diri. Sebagai leader, kita mempunyai kewajiban memberi arah. Namun, dari ‘pengalaman’ menghadapi satu situasi bersama, bawahan akan merekatkan perasaannya pada *leadernya*. Itu sebabnya, mau tidak mau, pemimpin perlu berhati-hati dalam tindakannya. Pemimpin perlu memiliki ketajaman persepsi dan kesiapan ekstra. Kesalahan atau masalah, perlu ditangani dengan bijaksana, tidak diulang. Bahkan, orang lain perlu menyaksikan bahwa kita sebagai pemimpin memiliki jiwa pembelajar dan berguru pada pengalaman. Walau kita tahu bahwa pemimpin perlu mempunyai visi dan pandangan jauh ke depan, orientasi *‘here and now’*-nya tetap harus kuat.

Keberadaan pemimpin sangat berpengaruh pada spirit anak buah, untuk itu ia perlu hadir dalam proses, *“being in the zone”*. Jadi, seorang pemimpin tidak bisa membiarkan dirinya tidak tahu apa-apa, apalagi mengatakan bahwa saat kesalahan terjadi, ia kebetulan tidak hadir di situ. Tindakan seperti ini bukan sekedar menandakan tidak bertanggung jawabnya seorang pemimpin, tapi juga ketidakmampuannya untuk berlaku sebagai pemimpin. Pemimpin perlu bertindak apa adanya, merasa ‘comfortable’ dengan dirinya, sehingga membiarkan dirinya terekspresikan apa adanya. Kita perlu ingat, kehadiran bukan suatu respons melainkan suatu pancaran yang di’rasa’kan orang lain, secara kontinyu. Bukan sekali-sekali.

## 7. BERBAHAGIA

Senin, 17 Juni 2013

### [Tesis]

Bahagia di tempat kerja jelas hal penting. Kita bisa bayangkan betapa tidak cuma produktivitas dan kinerja yang terganggu bila individu tidak *happy* dalam bekerja, lingkungan kerja pun pasti jadi terasa berat dan melelahkan. Tak heran bila banyak organisasi membuat *survey* untuk memahami seberapa *happy* dan puasny karyawan, bahkan mengukur perkembangan keakraban, keterikatan emosi dan kebahagiaan karyawan. Hasil *survey* akan menjadi dasar untuk mendalami aspek yang menjadi penyebab tidak bahagianya karyawan dan faktor apa yang bisa membuat karyawan lebih bahagia. Bila mayoritas karyawan menyampaikan bahwa uang bukan faktor terpenting yang membawa kebahagiaan, maka manajemen akan memutar otak dan berpaling pada sikap atasan. Atasanlah yang perlu membuat bawahan lebih bahagia. Bila keluhan berkisar seputar *‘work life balance’*, maka jam kerja yang akan ditilik, disorot, dibenahi, bahkan diperpendek. Padahal, di sisi lain, si pekerja keras, membutuhkan jam kerja panjang untuk berprestasi ‘lebih’ dan menjadi *‘the*

*best'*. Belum lagi kita bicarakan ketidakjelasan kebijakan, main politik, perubahan yang tidak masuk akal dan segala faktor yang dengan otomatis akan membuat hati bingung, gundah dan tidak aman. Begitu kompleksnya faktor yang menciptakan rasa bahagia ini, sehingga kadang teori manapun yang digunakan sulit untuk menjawab apa yang bisa mendongkrak semangat dan prestasi karyawan lagi. Kita pun segera bisa melihat kebenaran pendapat ahli yang mengatakan bahwa mempengaruhi motivasi karyawan dengan faktor eksternal hanyalah mitos, karena tidak bisa membuat rasa bahagia karyawan bertahan lama.

### **[Argumen]**

Kadang kita lupa dan memang tidak terpikir bahwa kebahagiaan tidak selalu merupakan konsekuensi dari tindakan tertentu. Bukankah banyak pesan bijak yang menganjurkan tiap individu untuk mengupayakan kebahagiaan dirinya sendiri? Misalnya saja, dalam situasi pernikahan yang diharapkan setidaknya *survive* paling tidak setengah abad. Kita sering mendengar pesan perkawinan yang mengatakan bahwa kitalah yang harus menjadi subyek perkawinan dan bukan obyek atau bahkan korban perkawinan tersebut. Kita yang harus aktif membahagiakan diri. Ini berarti, bahagia bukanlah status, tetapi sifatnya aktif dan berbentuk tindakan, alias “kata kerja”. Jadi dalam konteks bekerja, individu tidak bisa meletakkan kebahagiaannya semata pada faktor eksternal di luar dirinya, namun kita sebagai pekerjalah yang harus berbahagia sendiri. Manajemen pun tidak bisa selalu berkuat pada hal-hal eksternal di luar individu, tetapi justru memikirkan bagaimana individu berbahagia dengan tugasnya, timnya, perusahaannya, dan secara aktif pula mengupayakan kebahagiaannya.

### **Jangan Sepelekan Faktor Rasa**

Masih banyak orang berpendapat bahwa professional sejati perlu lebih mengedepankan “*thinking*” atau kekuatan berpikir, daripada kekuatan rasa atau emosi. Menampilkan emosi, saat mengambil keputusan atau adu argumen dalam diskusi, bahkan dianggap kurang profesional. Jadi, apakah kira-kira kita seperti Mr Spock dalam Star Trek yang mengatakan: “*Emotions are alien to me. I’m a scientist.*”? Padahal, jelas kita tidak bisa meninggalkan emosi kita di rumah atau di tempat parkir. Di tempat kerja, kita pasti akan resah bila menghadapi muka-muka tembok tanpa ekspresi. Maukah kita bekerja hanya karena diperbudak gaji, tanpa keterlibatan emosi dan motivasi, yang kesemuanya adalah aspek emosional? Bila kita mengupayakan spirit dan motivasi karyawan yang bersumber dari *happiness*-nya, jelas kita perlu mendalami keadaan emosi manusia.

### **[Contoh pengalaman]**

Sistem manusia tidak mungkin bekerja tanpa emosi. Bagaimana mungkin orang mengambil keputusan tanpa berempati? Ada cerita mengenai seorang karyawan hotel yang mau bersusah payah mencari *aquarium* kecil untuk ikan mas yang dibawa tamu ciliknya. Ia sampai meminjam ke hotel tetangga. Ketika ditanya mengapa ia menjalankan tindakan di luar standar operasi, ia mengatakan, “Bisakah Anda membayangkan anak yang semalaman

merasa khawatir dan orang tua yang gelisah menginap di hotel kita?” Saya ingin bekerja untuk pelanggan yang *‘happy’*, supaya saya juga *happy*.”. Hubungan tim pun tidak mungkin kalau tidak mengandung unsur pertemanan yang melibatkan emosi. Seorang karyawan *Southwest Airlines* berkomentar, “Tempat ini begitu seru. Saya tidak bisa *resign*, karena teman-teman kerja di sini terlalu asik”. Perusahaan yang berhasil menjaga motivasi karyawannya, sadar betul akan hal ini, bahkan memberi ruang agar karyawan menjadikan perusahaan tempat mengekspresikan emosinya, baik dalam diskusi, bersikap, bertindak, menghasilkan produk, juga mengambil keputusan.

### [Reiterasi]

#### Ciptakan ruang emosi

Menciptakan ruang emosi, bukan secara harafiah menciptakan ruang untuk menangis, marah-marah, atau sejenisnya. Hal yang diperlukan justru memeriksa *‘job loading’*, di mana setiap tugas dianalisis kembali bobot keasikannya, tantangannya, menambah bobot pada hal-hal yang menggugah emosi, termasuk melakukan rotasi dan mendelegasi, termasuk menghilangkan birokrasi berbelit-belit yang membuat karyawan merasa lelah atau tidak berarti. Belajar, berkreasi dan bekerjasama dibuat kencang, diharuskan, sekaligus dijaga agar konstruktif. Grup hotel Shangrilla berhasil menjaga motivasi karyawan justru dari *“Listening meetings”*, di mana karyawan yang berbuat salah malah diberi kesempatan bicara dan didengarkan. Kesalahan dibedah bukan dengan suasana negatif, tetapi konstruktif. Melalui meeting itu, diadakan perbaikan standar, ceklis, juga perbaikan sikap. Dengan cara ini, turnover karyawan malah bisa ditekan dan karyawan lebih *‘happy’*. *Worklife balance*, sikap atasan, bukannya tidak penting, namun sifatnya lebih “bumbu” saja, sementara pekerjaannya sendiri tetap menjadi inti dan sumber utama happiness karyawan. Penelitian ahli teori motivasi Herzberg yang terakhir, juga mengemukakan bahwa hal yang lebih terbuka untuk dikotak-katik adalah esensi dari pekerjaan yang dilakukan. Manajemen perlu benar-benar memikirkan bagaimana ‘mengawinkan’ individu dengan pekerjaannya, sehingga individu memang membahagiakan dirinya sendiri. Bila ini terjadi, hal-hal lain, pasti akan mengikutinya.

## 8. MENDENGARKAN

Senin, 22 Juli 2013

### [Tesis]

Bila berbicara dengan orang yang sudah sepuh, berusia di atas 80-an, kita tentu menyadari bahwa untuk memasukkan isi pembicaraan kita ke dalam pemahamannya, biasanya kita perlu berbicara dengan volume lebih keras, lebih perlahan, menggunakan kata sederhana dan mudah dimengerti, juga membatasi kata-kata kita. Mengapa? Nenek atau kakek ini, meskipun menunjukkan usaha untuk mendengarkan apa yang kita bicarakan,

namun kemampuan reseptif alias kemampuan mencernanya sudah tidak 100% bekerja lagi. Kebanyakan, memori mereka sudah tidak lagi sempurna untuk mengaitkan apa yang baru diterimanya. Bisakah kita bayangkan dalam posisi seperti orang tua tersebut? Tentu kemampuan kita dalam menerima informasi menjadi sangat terbatas. Kita mungkin sering tidak menyadari bahwa dengan kemampuan mendengar yang sempurna sekalipun, kita kerap tidak mencerpap informasi secara keseluruhan.

### [Argumen]

Pernahkah di dalam rapat, kita memikirkan hal lain atau berbicara sendiri dengan orang di sebelah kita karena ada agenda pembicaraan lain di luar topik yang tengah dibicarakan dalam rapat? Bisa jadi, kita menatap lawan bicara, mendengar semua kata-katanya, mengangguk-angguk seolah mengerti, namun sebetulnya tidak menyerap dan mengolah informasi yang kita terima. Ada orang yang sibuk dengan pikirannya sendiri, ada yang bersiap-siap untuk membantah, ada juga orang yang tidak mengerti tetapi tidak menyatakannya. Apa akibatnya? Topik pembicaraan yang didiskusikan, tidak sempat kita kembangkan menjadi tindak lanjut yang berarti dan serius. Bayangkan berapa banyak waktu yang kita buang-buang dengan tidak benar-benar mendengarkan apa yang dikatakan orang lain? Kita jelas tidak menambah pengetahuan, wawasan kita dari diskusi yang terjadi. Bagaimana kita bisa mengembangkan solusi, tindak lanjut dan keputusan yang tajam bila tidak benar-benar mendengarkan?

Mendengarkan tidak sama dengan mendengar kita tahu bahwa berkat dari alam semesta, yaitu kemampuan mendengar, dimiliki hampir semua orang. Kita mengindrai suara secara otomatis. Namun, dengan akal budi yang kita miliki, manusia sebenarnya bisa memanfaatkan pendengaran dan indra lainnya secara lebih. Koordinasi panca indra bisa mengaktifkan untuk mengaktifkan intuisi atau sering diistilahkan orang sebagai indra ke-6. Dengan sedikit upaya lebih, selain mendengar, kita bisa membaca pesan-pesan *nonverbal* yang disampaikan orang. Di sini, atensi kita juga sangat penting. Dengan mengaktifkan indra kita secara serius, fungsi interpretasi dalam pemikiran kita terdorong untuk bekerja intensif dan mulai mengaktifkan memori jangka panjang maupun jangka pendek, kemudian meramunya dengan informasi yang baru masuk. Disinilah proses pemahaman bekerja dengan lebih baik.

Bila berita yang masuk optimal, berita tersebut sudah terolah melalui proses interpretasi yang sempurna, maka si pendengar bisa berespons, bisa menyimpannya di dalam memori, membuat penilaian dan menjawab sesuai dengan pemikiran dan pendapatnya. Disinilah kita bisa membedakan pendengar dengan atensi yang kuat dengan yang lemah. Orang yang dikatakan pendengar yang baik, memfokuskan atensi dan sudah biasa memproses hasil pendengarannya. Betapa "*powerful*"-nya individu yang bisa memanfaatkan proses sederhana ini, untuk membantu dirinya dalam memberi solusi, juga mengambil keputusan dengan tepat sasaran dan terarah. Tidakkah kita ingin bisa juga menjadi pendengar yang baik?

### **“Mendengarkan” harus menjadi DNA kita**

Kita tahu bahwa perusahaan servis banyak menyediakan pos-pos ‘*customer service*’ untuk mendengarkan keluhan pelanggan. Bahkan, pos-pos pelayanan pelanggan ini pun “beroperasi” juga di sosial media. Namun, kita pun menyaksikan betapa banyak perusahaan ini seolah tidak coba betul-betul memahami, berempati dan menindaklanjuti keluhan pelanggan tersebut. Ini tentu malah menjadi masalah baru, karena pelanggan jadi makin kesal dan frustrasi. Mengapa hal ini terjadi? Permasalahannya adalah mendengar saja tidak berarti otomatis menyelesaikan masalah. Setiap keluhan pelanggan adalah 1 kasus yang tidak hanya perlu didengar dan dipahami, tapi harus dibedah dan diproses sampai tuntas. Andaikata saja kita menyediakan waktu cukup untuk mencerna dan memproses berita yang sampai dan menindaklanjutinya, kita bisa mendapatkan banyak manfaat ketimbang mengacuhkannya. Garuda Indonesia, misalnya, melalui *twitter* menanggapi keluhan pelanggan mengenai keterlambatan dengan sopan dan informatif. Alhasil, si pelanggan yang kebetulan mempunyai banyak follower ini mengucapkan terima kasih secara terbuka pula. Alangkah besar pengaruh positif yang didapat bila kita betul-betul serius mendengarkan keluhan pelanggan.

Kita sering menjadikan kegiatan mendengar ini sekedar jargon dan ‘*take for granted*’. Apa buktinya? Apakah kita terbiasa mencatat apa yang dikatakan orang lain dalam rapat? Apakah kita mengolah dulu apa yang kita dengar kemudian baru berespons? Apakah dalam ‘*talkshow*’ kita sempat menunggu orang lain selesai bicara tanpa sibuk mempersiapkan apa yang akan kita katakan? Apakah dalam menginterview kita serius melakukan ‘*probing*’ alias sambungan pertanyaan dari apa yang sudah diceriterakan orang? Kalau kita tidak memahami istilah tertentu, apakah kita melakukan pendalaman dan menanyakan apa artinya istilah tersebut? Apakah kita betul-betul mendengarkan, bukan hanya pura-pura terlihat melibatkan emosi kita dalam suatu percakapan?

### **[Reiterasi]**

Ungkapan para ahli komunikasi bahwa mendengar lebih penting dari berbicara memang memerlukan praktek yang jelas. Kita tidak bisa mendengar sepotong-sepotong. Kita juga tidak bisa mengklaim telah mendengar bila tidak mengendapkan dan mengkaitkan informasi yang masuk dengan memori dan pengetahuan kita. Jadi, proses mendengarkan lawan bicara, walaupun terlihat cepat dan sederhana, adalah proses yang kompleks dan lengkap. Jadi bukannya bicara, tetapi mendengarkanlah yang harus dikembangkan dalam budaya kita. Mendengarkan jauh lebih penting daripada kegiatan berkoar-koar mengatakan bahwa perusahaan, lembaga, atau negara kita ini terbaik. Bisa kita bayangkan bila dalam organisasi kita, semua orang rajin mendengar, mencatat, dan mencerna, serta menindaklanjuti baik permintaan pelanggan ataupun kejadian di pasar, alangkah majunya kita.

## 9. MARTABAT

Rabu, 16 Oktober 2013

### [Tesis]

Dalam situasi silaturahmi, ketika orang tua bertemu dengan teman anaknya atau, lebih jauh lagi, calon menantunya, sering pertanyaan yang terlontar pertama kali adalah, “Anak siapa kamu?”. Meski jaman semakin modern, kita memang tetap memperhatikan kriteria “*bibit, bebet, bobot*” sebagai radar untuk menimbang martabat seseorang. Ukuran seperti asal usul, latar belakang keluarga, profesi, pekerjaan, jabatan, kepintaran masih menjadi faktor krusial yang ditimbang-timbang oleh keluarga. Situasi seperti ini, membuat kita pun seringkali tergerak untuk menjawab “siapa kita” dan siapa anggota keluarga yang baru masuk, dan menimbang ‘martabat’-nya. Pada saat itulah kita seolah sedang menimbang “harga” kita di mata masyarakat.

### [Argumen]

Kita tidak bisa menutup mata bahwa orang-orang yang dinilai “bergengsi” di masyarakat biasanya adalah mereka yang punya mobil bagus dan rumah megah. Anak muda, anak kecil, calon mertua, bahkan tetangga akan berdecak kagum melihat individu yang datang dengan mobil mewah dan penampilan mentereng. Kita pun kerap melihat uang bisa menjadi daya tarik yang ‘sexy’ bagi wanita-wanita cantik untuk berminat digauli pria tua yang tidak mungkin memenuhi kriteria sebagai pria idolanya. Kita sering terkagum-kagum dengan penampilan luar individu, dan tiba-tiba tidak lagi memikirkan atau mempertanyakan kualitas diri si empunya, apa karya dan prestasinya. Padahal, ada juga orang yang cukup terpendang dan banyak berkarya, namun tidak terlalu mementingkan apa kata masyarakat tentang dirinya, bahkan bergaya “*dressing down*”, sehingga dalam pertemuan-pertemuan tidak dikenali sebagai “*somebody*”. Benarkah kita sudah begitu silau oleh materialisme, sampai-sampai tidak bisa lagi membedakan mana orang yang benar-benar berhak bergengsi dan yang hanya bergengsi karena uangnya? Apakah kita memang sudah menggeser cara menilai kualitas manusia atau memang sudah tidak menganggap penting nilai-nilai yang pada era lalu masih banyak dijadikan patokan masyarakat?

Mengetahui betapa ada orang sampai mempunyai mobil mewah lebih daripada yang mungkin bisa dikonsumsi dan dinikmatinya, kita tentu tergelitik untuk berpikir: apa sebetulnya yang kita kejar dan apa yang dibutuhkan untuk bisa puas dan punya “nilai” di mata masyarakat? Kita tentu familiar dengan 5 aspek piramida kebutuhan dari psikolog gaek, Abraham Maslow, yang sudah dikenal sejak tahun 1940-an. Kita tidak banyak mengetahui bahwa pada tahun 1970-an piramida kebutuhan tersebut sudah ditambah dengan dua aspek, yaitu kognitif (kebutuhan untuk mengembangkan pengetahuan, mengasah intelektualitas, memahami arti dari apa yang dikerjakan) dan estetika (apresiasi terhadap seni, keindahan, tren, keseimbangan). Pada tahun 1990, teori Maslow bahkan dikembangkan lagi dengan “*transcendence needs*” di puncak piramida, yaitu kebutuhan

untuk menolong orang lain mencapai aktualisasi diri. Jelas-jelas kebutuhan materialistis letaknya di bagian bawah piramida saja. Kita pun bisa jadi bertanya-tanya, inikah yang sering membuat individu tidak bisa membuat batas kepuasan? Bisakah kita tidak mendekatkan kesuksesan dengan pangkat dan kekuatan finansial? Teori Maslow mengingatkan bahwa bila kebutuhan sandang pangan sudah terpenuhi, bila kita sudah mempunyai sedikit tabungan masa depan, marilah kita mulai memikirkan orang lain dan hubungan kita dengan orang lain. Rasa berharga dan bermartabat sebetulnya bisa kita peroleh dari dalam diri, keluarga, profesi dan pekerjaan yang bisa menolong orang dan memberi kebaikan. Inilah yang bisa membuat hidup kita puas.

**“Somebody” atau “nobody”**

Kita bisa jadi terperangah melihat koruptor yang tidak menampakkan rasa malu ketika tertangkap kamera, seolah tidak merasa martabatnya jatuh. Pertanyaannya: pantaskah seorang koruptor menjadi ‘*somebody*’ yang bermartabat? Apakah orang yang ‘hanya’ mengejar kekayaan, tanpa memikirkan etika, *fairness*, profesionalitas, memperoleh martabat tinggi di mata masyarakat? Kita perlu ingat bahwa identitas diri, baik yang positif maupun negatif, tumbuh dan bertumpuk dalam lingkungan sosial. Seseorang yang diingat-ingat karena berbuat baik, menolong sesama, dan bermurah hati bisa seketika hancur martabatnya karena ternyata menjadi kaya dengan cara yang tak halal. Sementara orang yang memelihara nilai-nilai dan etika, tidak pernah sendirian dalam keadaan goyah tanpa pegangan, karena ia mempunyai dirinya sendiri dan selalu tahu jalur apa yang perlu ditempuh. Untuk itu, kita memang perlu jelas mendefinisikan sukses dan martabat atau nilai di mata masyarakat. Setiap orang bisa sukses dan bermartabat, apapun profesinya bila ia menerapkan praktik-praktik terbaik, mengikuti kaidah atau standar yang benar. Orang lain yang mendefinisikan sukses dengan pencapaian jabatan atau kepemilikan, suatu saat akan dibingungkan bila jabatan atau hartanya tanggal.

**[Contoh pengalaman]**

Presiden Maldives, Mohamed Nasheed, menyerahkan kemewahan yang dinikmati presiden terdahulu, dan memilih tinggal di sebuah ‘*townhouse*’ bersahaja dan mengatakan: “Ini adalah jaman kesulitan. Tidak pantas saya berada di istana sementara rakyat mengalami kesulitan.” Bagi orang yang masih ingin memikirkan peningkatan martabatnya, orang-orang seperti inilah yang seharusnya di ‘*benchmark*’ dan dijadikan model. Julian Short, penulis buku *A Model for Living*, mengatakan bahwa meningkatkan martabat adalah berusaha sekeras-kerasnya untuk menjadi yang terbaik dengan menjunjung nilai-nilai etika. Hal ini hanya bisa dilakukan dengan disiplin diri yang keras. Martabat kitalah yang akan menemani kita menghadapi krisis, dan membuat kita tetap mengontrol diri pada situasi situasi tak menentu.

**[Reiterasi]****Perjelas Misi Pribadi**

Banyak bukti bahwa misi pribadi bisa meningkatkan martabat orang, bahkan meningkatkan status sosialnya secara natural. Ibu guru di ceritera *Laskar Pelangi*, terasa mengangkat martabat guru, walaupun kesehariannya sangat sederhana. Misi hidup tidak selamanya bisa kita kaitkan dengan hasil yang kasat mata, apalagi kekayaan dan status sosial di masyarakat. Banyak orang tetap bersahaja walaupun mendapat Hadiah *Nobel* sekalipun. Motif dan misinya lah yang dihargai orang.

Setiap kita bertindak, sebetulnya kita bisa mempertanyakan apakah nilai-nilai seperti '*fairness*', respek sosial, hubungan kemanusiaan masih kita junjung tinggi? Kita perlu sadar saat mengambil tindakan, apakah kita melakukan sesuatu atau tidak melakukannya adalah karena alasan harga diri, nilai profesi, atau semata kebutuhan pribadi? Dengan kekuatan pegangan diri sendiri, kita bisa mencapai 'harga diri' yang cukup tinggi dan mulai menikmati diri kita sendiri, sebagai manusia bermartabat. Kita masing-masing jelas perlu kembali memikirkan martabat diri sebagai hakekat kehidupan dan bukan materialisme.

**10. PEJUANG MODERN**

**Senin, 11 November 2013**

**[Tesis]**

Di bulan November ini, upacara peringatan Hari Pahlawan dan tabur bunga di makam patriot bangsa, biasanya akan menggelitik emosi dan memori kita tentang kepahlawanan. Mudah-mudahan, ingatan kita tidak sekedar berhenti dengan Makam Pahlawan dan tugu Pahlawan di Surabaya, saja. Sesudah 7 pahlawan Revolusi, kita sudah tidak bisa mengidentifikasikan secara gamblang, yang mana patriot-patriot negara yang perlu di elu-elukan sebagai pahlawan bangsa. Bukan sekedar karena tidak ada perang yang nyata, namun publikasi mengenai pejuang modern, seperti penjaga perbatasan yang mempertaruhkan nyawa, sangat sedikit. Jangankan anak sekolah, orang dewasa pun banyak yang tidak menyadari adanya pejuang-pejuang yang mengorbankan jiwa raga, dan keluarganya demi membela negara.

**[Argumen]**

Perang sekarang sudah tidak perlu selalu perang antar negara. Bayangkan betapa teroris bisa membunuh ratusan orang tak bersalah. Kita juga sama-sama menyadari bahaya narkoba, yang tidak saja mengancam remaja, tetapi juga orang-orang dekat di sekitar kita. Belum lagi bahaya kejatuhan moral, seperti pornografi remaja, yang bisa membuat semua orang kecut, dan tidak tahu bagaimana melindungi remajanya. Penggerogotan terhadap harta negara sudah dilakukan oleh koruptor-koruptor, yang masih bisa tersenyum lebar di kamera media. Demikian pula, persaingan ekonomi antar negara, yang bisa menyebabkan bangsa lain dengan semena-mena menjajah negara, tanpa disadari oleh rakyatnya.



Bukankah ‘perang’ yang sekarang kita hadapi, menjadi demikian *multidimensional*, sehingga bahkan lebih berbahaya dari perang fisik yang nyata di masa lalu? Bukankah pejuang Indonesia masa kini harusnya berjumlah lebih banyak dari jaman perang dulu, dan bahkan lebih pintar dan lebih berkualitas?

### **[Contoh pengalaman]**

Bila kini kita rindu sosok pahlawan patriot bangsa, sesungguhnya kita pun perlu menyadari dan menumbuhkan pejuang *modern* di sekitar kita, bahkan dalam diri kita sendiri. Dari program “*heroes*” *Kick Andy* kita berkenalan dengan Gendu, pejuang yang merawat 10.000 orang sakit jiwa. Kita tahu ada pahlawan ekologi seperti Babah Akong yang belasan tahun menanam bakau di Maumere sampai 23 hektar. Ada juga guru-guru sekolah di daerah terpencil, pembuat kaki palsu yang berhasil membantu orang cacat dengan kaki palsu murah. Kita pun tentu bangga melihat walikota Surabaya yang berusaha memperbaiki hidup para wanita yang terikat hutang kepada para mucikari sehingga tidak pernah terbebaskan dari profesi tercela. Kita juga punya Ignasius Jonan, yang berupaya memikirkan dan memperjuangkan kebutuhan karyawan, memberi jaminan kesehatan pada seluruh karyawan, memperbaiki sistem perkeretaapian, sehingga baik penumpang, masinis, kepala stasiun, mempunyai penghargaan diri yang lebih baik, dan bisa berdampak positif kepada kualitas kerja dan kehidupan keluarganya? Bukankah nyata-nyata mereka pejuang tanpa senjata?

### **[Argumen]**

#### **“Selesai” dengan Dirinya**

Para pejuang *modern*, yang rela mengorbankan diri demi orang lain atau negara, biasanya ‘sudah selesai’ dengan dirinya sendiri. Artinya, individu ini sudah mengenal apa yang ia butuhkan, biasanya sangat familiar dengan istilah ‘cukup’ dengan dirinya. Pada saat inilah ia kemudian mempunyai kelonggaran untuk memikirkan hal-hal yang lebih besar, seperti lingkungan, negara, dan kemanusiaan. Determinasinya kemudian sudah tidak personal lagi, sehingga ia pun kuat mengasah kekuatan mentalnya seperti, toleransi, disiplin diri, komitmen dan kontrol diri. Dari sinilah kita bisa menyaksikan betapa seorang anak muda misalnya bisa berpikir untuk daerah rumahnya yang kumuh, dan ingin memperbaiki nasib anak-anak di area itu. Ia ingin membuat anak-anak di area itu lebih cerdas dari rata-rata dan bangga bahwa mereka betul berasal dari daerah kumuh. Ini hanya bisa dilakukan oleh individu yang benar-benar sudah tahu apa yang mereka mau. Orang-orang seperti ini memang biasanya sudah mengasah diri dengan latihan-latihan dan berusaha belajar dari lingkungannya. Bila pada suatu saat pejuang ini tidak mencapai apa yang sudah ia canangkan, mereka tidak kehilangan keyakinan, karena menang, kalah atau ‘seri’ sekalipun, adalah bagian dari latihan yang dikembangkan setiap hari.

### **Menumbuhkan Mental Pejuang**

Bila kita menjadi orang-orang yang ikut berteriak dan mencaci maki koruptor saja, namun tidak berperan serta, menyingsingkan lengan baju untuk memberantas korupsi, jelas kita belum bisa mengklaim diri sebagai orang yang berguna untuk negara dan masyarakat yang lebih luas. Banyak orang, bahkan kita sendiri pun, bisa kehabisan energi untuk menyingsingkan lengan baju, bila terbiasa membiarkan diri kita ada di zona nyaman, tidak menikmati lagi berkeringat, mengotori tangan dengan bekerja keras. Padahal, kemampuan, talenta, keahlian dan kepintaran kita, tidak akan jadi apa-apa bila tidak diikuti dengan tempaan latihan, disiplin, turun ke lapangan, kepekaan dan mawas diri. Banyak orang tidak terlatih untuk mengamati posisi dirinya, terhadap lingkungan sosial, dan berusaha menerima dan memahami kebutuhannya. Kita harus sadar bahwa hanya dengan kekuatan mawas diri, spirit untuk menjadi pejuang baru akan tumbuh.

### **[Reiterasi]**

Kita bisa menjadi pejuang pekerja, namun bukan menjadi demonstran yang 'tidak mau tahu' saat minta kenaikan upah buruh. Banyak orang yang masih mengkaitkan perjuangan dengan kekerasan, padahal orang yang melakukan kekerasan, apalagi terhadap orang yang tidak berdaya, adalah orang yang bisanya melakukan '*bullying*', bukan? Kita perlu sama-sama berpikir bahwa peluang dan keharusan kita untuk menjadi pejuang bangsa, di masa sekarang ini justru bisa dalam berbagai bentuk, misalnya memperbaiki mental individu, mental sebagai pekerja, sehingga ia bisa hidup lebih cerdas dan layak. Orang yang dikategorikan pejuang, sebenarnya adalah orang yang menonjol karena keberaniannya dan pengorbanannya dalam membela kepentingan orang yang lebih banyak, tidak melulu memikirkan atau memperkaya diri dan lingkungannya sendiri. Apakah orang-orang ini mempunyai ciri yang berbeda dengan kebanyakan orang? Apakah mereka memang dilahirkan di lingkungan tertentu, atau mempunyai profesi tertentu? Jelas kita melihat, setiap orang, dari lingkungan dan profesi apapun, punya kesempatan untuk melatih diri agar peka pada lingkungan, mengembangkan mentalitas tidak memikirkan diri sendiri dan lebih memikirkan orang banyak. Ada orang-orang yang bisa setia pada pekerjaan dan lahan kerjanya, sampai sering tidak memikirkan dirinya sendiri, tetapi bersungguh-sungguh membelanya. Inilah pejuang *modern*.

## LAMPIRAN 2. SISTEM TRANSITIVITAS WACANA RUBRIK “KOMPAS KARIER” SURAT KABAR KOMPAS

KODE	ANALISIS KLAUSA	MATERIAL	MENTAL	VERBAL	RELASIONAL	EKSISTENSIAL
<b>Teks 1. “Empowerment”</b>						
Em/1/1.1a	Salah satu indikator organisasi yang sehat <b>adalah</b> bila di dalamnya terdapat individu-individu yang bersemangat.				√	
Em/1/1.2a	Kita bisa <b>menyaksikan</b> seseorang yang bekerja melampaui jam kerja yang standar		√			
Em/1/1.2b	dan masih <b>penasaran</b> menyelesaikan pekerjaannya sampai larut malam.		√			
Em/1/1.3a	Para ‘office boy’ sekalipun bisa <b>terlihat</b> bergerak ke sana kemari,		√			
Em/1/1.3b	namun tetap tidak lupa <b>memperhatikan</b> apa yang dibutuhkan setiap karyawan yang dilayaninya.		√			
Em/1/1.4a	Sebaliknya, kita juga <b>tahu</b>		√			
Em/1/1.4b	bahwa <b>ada</b> lingkungan kerja di mana <i>mindset</i> “apa untungnya buat saya?” sangat kencang,					√
Em/1/1.4c	dan selalu terjadi <b>hitung-hitungan</b> ‘untung-rugi’ yang ketat antara karyawan dan perusahaan.	√				
Em/1/1.5a	Banyak perusahaan yang merasa perlu <b>mengikat</b> karyawan dengan berbagai kontrak	√				
Em/1/1.5b	agar dana yang digunakan untuk mengembangkan karyawan tidak <b>sia-sia</b> .		√			
Em/1/1.6a	Padahal kita sangat <b>yakin</b>		√			
Em/1/1.6b	bahwa bila ‘hati’ <b>tidak berada</b> di pekerjaan,					√
Em/1/1.6c	kita dengan mudah <b>‘tidak berada’</b> di pekerjaan kita.					√
Em/1/1.7a	Secara fisik, individu bisa jadi tetap <b>ada</b> di depan komputernya,					√
Em/1/1.7b	namun yang <b>dikerjakan</b> bisa saja ‘chatting’ seharian dengan teman,	√				
Em/1/1.7c	bahkan sibuk <b>berbelanja</b> ‘online’.	√				
Em/1/1.8a	Kita <b>lihat</b> betapa semangat karyawan di dalam sebuah organisasi menjadi misteri yang benar-benar perlu dipecahkan.		√			
Em/1/2.1a	<b>Menciptakan</b> suasana produktif dan kondusif	√				
Em/1/2.1b	sama halnya dengan <b>mempersiapkan</b> tanah untuk menanam benih.	√				

Em/1/2.2a	Tanah yang liat, keras, dan padat, bila <b>ditanami</b> benih, paling-paling hanya bisa sampai memunculkan tunas,	√				
Em/1/2.2b	namun kemudian tidak bisa <b>menghasilkan</b> tanaman yang bermutu,	√				
Em/1/2.2c	bila <b>dibandingkan</b> dengan tanah yang sudah gembur, digarap, dicampur dengan kompos dan pupuk.				√	
Em/1/2.3a	Organisasi pun perlu <b>memikirkan</b> bagaimana membuat wadah yang nyaman untuk bekerja, berkarya dan berinovasi.		√			
Em/1/2.4a	' <i>Empowerment</i> ' perlu <b>menjadi</b> agenda penting dalam membina karyawan,				√	
Em/1/2.4b	karena kita <b>tahu</b> individu baru akan mengeluarkan isi pikirannya		√			
Em/1/2.4c	bila ia secara emosional dan <i>spiritual</i> <b>merasa happy</b> , diterima dan didukung.		√			
Em/1/2.5a	Kita pun tidak boleh <b>lupa</b>		√			
Em/1/2.5b	betapa generasi milenial yang kreatif dan pintar, <b>merasa</b>		√			
Em/1/2.5c	bahwa motivasi <b>adalah</b> hal yang terpenting dalam bekerja.				√	
Em/1/2.6a	Pada saat bisnis sangat <b>memerlukan</b> konsentrasi,	√				
Em/1/2.6b	kita kerap <b>melihat</b> ' <i>Empowerment</i> ' bawahan sering kita lupakan.		√			
Em/1/2.7a	Padahal, dengan <b>adanya</b> karyawan yang penuh percaya diri dan ' <i>feel good</i> ' terhadap pekerjaan,					√
Em/1/2.7b	kita akan <b>diuntungkan</b> oleh sikap responsif, inovasi dan kemampuan belajar yang lebih canggih.		√			
Em/1/3.1a	Kita bisa <b>melihat</b> banyak tantangan yang dihadapi Jokowi-Ahok untuk mengubah mental dan etos kerja institusinya.		√			
Em/1/3.2a	Namun, suasana kondusif yang kita idam-idamkan, di mana percaya diri dan rasa kompeten karyawan <b>dirasakan</b> setiap individu, bukanlah hal yang mustahil.		√			
Em/1/3.3a	Keyakinan, visi yang jernih dan sasaran yang jelas tentu <b>merupakan</b> langkah awal yang baik.				√	
Em/1/3.4a	Agar rasa percaya diri dan rasa kompeten ini semakin <b>subur</b> ,		√			
Em/1/3.4b	seorang atasan mesti bisa <b>memainkan</b> beragam peran, mulai dari ' <i>trainer</i> ', ' <i>coach</i> ' dan ' <i>mentor</i> ' bagi anak buah.	√				
Em/1/3.5a	Atasan juga perlu <b>membiasakan</b> diri		√			
Em/1/3.5b	agar dalam setiap instruksi dan tugas yang ia berikan <b>terselip</b> pesan-	√				

	pesan pembelajaran pada bawahannya.					
Em/1/3.6a	Individu pasti akan <b>tergerak</b>		√			
Em/1/3.6b	bila ia <b>tahu</b> apa yang bisa ia pelajari,		√			
Em/1/3.6c	mengapa ia harus <b>mengetahui</b> esensi tugasnya.		√			
Em/1/3.7a	Dengan <b>memberi</b> cukup informasi,	√				
Em/1/3.7b	<b>mendemonstrasikan</b> cara melakukan pekerjaan,	√				
Em/1/3.7c	<b>memberi</b> kesempatan untuk mempraktekkan dan mengoreksi kesalahannya,	√				
Em/1/3.7d	individu tentu akan <b>merasa</b> didorong untuk sukses.		√			
Em/1/3.8a	'Performance' yang sukses inilah yang akan <b>menumbuhkan</b> keyakinan dan kepercayaan diri.	√				
Em/1/3.9a	Bila setiap individu dalam organisasi <b>meyakini</b>		√			
Em/1/3.9b	bahwa upayanya <b>berdampak</b> signifikan terhadap divisi, instansi bahkan lingkungan,		√			
Em/1/3.9c	ia akan <b>menyuburkan</b> rasa positif mengenai dirinya, pekerjaannya dan tugasnya.	√				
Em/1/4.1a.	Menciptakan 'Empowerment' dalam organisasi <b>menyangkut</b> 'self concept', 'self esteem' dan 'self talk' individu.	√				
Em/1/4.2a	Individu perlu <b>merasa</b> berharga, berguna, mempunyai pandangan positif mengenai karir, tugas dan pekerjaannya,		√			
Em/1/4.2b	dan selalu <b>mempunyai</b> ungkapan-ungkapan yang positif dalam 'self dialog'-nya.				√	
Em/1/5.1a	Di sebuah perusahaan, seorang <i>salesman</i> potensial namun tergolong masih junior <b>ditunjuk</b> untuk mengikuti pertemuan industri sejenis di luar negeri.	√				
Em/1/5.2a	Ia kemudian <b>datang</b> ke atasannya	√				
Em/1/5.2b	dan <b>mengatakan</b> bahwa ia sebaiknya tidak diikuti dalam tim,			√		
Em/1/5.2c	karena belum <b>menguasai</b> bisnis dibanding dengan rekan kerja lainnya yang sudah hafal mengenai kasus-kasus transaksi di perusahaan.		√			
Em/1/5.3a	Padahal, sebetulnya ia bisa dengan mudah <b>ikut</b> dalam rombongan,	√				
Em/1/5.3b	sekedar <b>menikmati</b> perjalanan dinas yang belum pernah dialaminya.		√			
Em/1/5.4a	Namun, hal ini tidak <b>dilakukan</b> ,	√				

Em/1/5.4b	karena ia <b>merasa</b> punya tanggung jawab untuk memberi kontribusi penting dalam setiap penugasannya.		√			
Em/1/5.5a	Inilah yang <b>membedakan</b> individu yang <i>'empowered'</i> dan yang tidak.	√				
Em/1/5.6a	Individu yang <i>'empowered'</i> mampu <b>mengambil</b> keputusan atas dirinya, dan <i>'take charge'</i> terhadap nasib karirnya sendiri.	√				
Em/1/6.1a	Kita sendiri pun mungkin sering <b>menggunakan</b> ungkapan "serahkan pada ahlinya",	√				
Em/1/6.1b	dan tidak <b>menyadari</b>		√			
Em/1/6.1c	bahwa sikap ini bisa <b>menjadikan</b> individu seolah menghindari dari pengambilan keputusan	√				
Em/1/6.1d	dan <b>mengambil</b> jarak terhadap suatu permasalahan.	√				
Em/1/6.2a	Akibatnya, individu <b>terbiasa</b> bersikap <i>'indecisive'</i> ,		√			
Em/1/6.2b	tidak bisa <b>mengambil</b> keputusan di dalam <i>area</i> wewenangnya.	√				
Em/1/6.3a	Bahkan, yang lebih parah lagi, tidak <b>mengambil</b> keputusan atas diri dan nasibnya sendiri.	√				
Em/1/6.4a	Padahal, kita <b>tahu</b>		√			
Em/1/6.4b	bahwa individu sendirilah yang perlu <b>memainkan</b> peran aktif dalam menentukan masa depannya,	√				
Em/1/6.4c	<b>menggapai</b> cita-cita dan mimpinya, bukan perusahaan.	√				
Em/1/6.5a	Dalam konteks kerja, kita <b>melihat</b> ini sebagai <i>'blind acceptance of authority'</i> ,		√			
Em/1/6.5b	<b>yaitu</b> kondisi di mana individu tidak terbiasa mempunyai gambaran dan melihat dirinya sendiri secara jelas.				√	
Em/1/6.6a	Bila berlarut-larut, hal ini bisa <b>berkembang</b>		√			
Em/1/6.6b	dan <b>mempengaruhi</b> struktur <i>'power'</i> di organisasi.		√			
Em/1/7.1a	Kita memang tidak bisa <b>menutup</b> mata	√				
Em/1/7.1b	bahwa individu <b>dibesarkan</b> dengan cara yang berbeda-beda.	√				
Em/1/7.2a	<b>Ada</b> anak yang sudah diberi pilihan sejak kecil,					√
Em/1/7.2b	tetapi <b>ada</b> juga anak yang pilihan hidupnya dibuatkan oleh orang tua.					√
Em/1/7.3a	Alhasil, dalam organisasi kita akan <b>menemukan</b> individu yang bervariasi,	√				
Em/1/7.3b	dari <b>mempunyai</b> kapasitas <i>'self growth'</i> besar dan kecil.				√	

Em/1/7.4a	Jadi, bisakah kita <b>menciptakan</b> <i>empowerment</i> di organisasi?	√				
Em/1/7.5a	Yang jelas, <b>menciptakan</b> suasana penuh inisiatif dan berspirit ini bukan suatu proses membalik tangan.	√				
Em/1/7.6a	Ini <b>sama dengan</b> kenyataan				√	
Em/1/7.6b	bahwa kita tidak bisa <b>mengubah</b> budaya korporasi dengan satu program saja.	√				
Em/1/7.7a	Menciptakan suasana penuh <i>empowerment</i> <b>adalah</b> proses yang dinamis, panjang,				√	
Em/1/7.7b	dan <b>menyentuh</b> area' bawah sadar' individu.	√				
<b>Jumlah Proses = 90</b>		<b>37</b>	<b>35</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>7</b>
<b>Teks 2. RAPPORT</b>						
Ra/2/1.1a	Seorang teman dikenal <b>memiliki</b> reputasi sebagai " <i>supersalesman</i> ".				√	
Ra/2/1.2a	Kemampuannya dalam <i>product knowledge</i> dan mempersuasi pelanggan tidak <b>diragukan</b> lagi.		√			
Ra/2/1.3a	Dengan catatan prestasinya ini, ia <b>diangkat</b> menjadi manajer penjualan	√				
Ra/2/1.3b	dan <b>ditantang</b> untuk membawahi 10 orang ' <i>salesman</i> '.	√				
Ra/2/1.4a	Dengan <i>track record</i> seperti ini, saat ia <b>memangku</b> jabatan baru,	√				
Ra/2/1.4b	kita tentu <b>mengharapkan</b> sudah tidak ada resistensi lagi dari anak buah.		√			
Ra/2/1.5a	Namun ternyata, terasa benar <b>ada</b> ketidakinginan anak buah untuk bekerja sama dengannya,					√
Ra/2/1.5b	bahkan <b>ada</b> bisik-bisik yang mendiskreditkannya.					√
Ra/2/1.6a	la <b>yakin</b> bahwa dengan kemampuan ' <i>sales</i> '-nya,		√			
Ra/2/1.6b	suatu saat ia akan bisa <b>memimpin</b> tim dengan baik.	√				
Ra/2/1.7a	Namun demikian, momentum itu tidak kunjung <b>datang</b> .	√				
Ra/2/1.8a	la tetap <b>sulit</b> ' <i>mingle</i> ' dengan anak buah.		√			
Ra/2/1.9a	Pertanyaannya <b>ditanggapi</b> dengan muka kecut, jawaban seadanya,	√				
Ra/2/1.9b	bahkan kerap <b>membuat</b> 'berang' anak buah.	√				
Ra/2/1.10a	Padahal, ia tidak pernah <b>mengungkapkan</b> kata kata-kasar, memarahi, atau menyudutkan anak buah.			√		
Ra/2/1.11a	<b>Timbul</b> pertanyaan,	√				

Ra/2/1.11b	mengapa orang bisa-bisanya <b>menutup</b> hati untuk suatu hubungan baik,	√				
Ra/2/1.11c	sehingga seolah-olah <b>ada</b> dinding yang tidak tertembus?					√
Ra/2/2.1a	Kita tentu <b>bertanya-tanya</b> ,			√		
Ra/2/2.1b	apa yang <b>membuat</b>	√				
Ra/2/2.1c	seseorang tidak bisa <b>memulai</b> hubungan dengan bawahan?	√				
Ra/2/2.2a	Padahal, kita <b>sadari</b> betapa kepemimpinan bisa macet,		√			
Ra/2/2.2b	bila <b>tidak ada</b> hubungan <i>interpersonal</i> yang lancar antara atasan dan bawahan.					√
Ra/2/2.3a	Situasi ini juga <b>membuka</b> mata kita	√				
Ra/2/2.3b	betapa pembentukan hubungan baik <b>merupakan</b> dasar				√	
Ra/2/2.3c	dan <b>menjadi</b> persyaratan utama dari kepemimpinan, juga hubungan ' <i>coaching-mentoring</i> '.				√	
Ra/2/2.4a	Dalam ilmu psikologi, pencairan hubungan antara satu orang dengan yang lain ini <b>disebut</b> ' <i>Rapport</i> '.				√	
Ra/2/2.5a	<i>Rapport</i> <b>ditandai</b> keinginan kedua belah pihak untuk saling menguatkan.	√				
Ra/2/2.6a	Para ahli <b>mengatakan</b>			√		
Ra/2/2.6b	bahwa dasar dari <i>Rapport</i> <b>adalah</b> menghilangnya rasa curiga dan tumbuhnya rasa percaya.				√	
Ra/2/2.7a	Pertanyaannya, ( <b>adalah</b> )				√	
Ra/2/2.7b	mengapa <b>ada</b> orang yang begitu sulit menembus dinding penahan rasa percaya ini?					√
Ra/2/3.1a	Seorang teman, <b>bercerita</b>			√		
Ra/2/3.1b	bahwa ia pernah <b>mendapat</b> sahabat	√				
Ra/2/3.1c	justro ketika ia <b>mengalami</b> kecelakaan kecil.		√			
Ra/2/3.2a	Saat itu, orang yang menyaksikan <b>menaruh</b> iba		√			
Ra/2/3.2b	dan <b>menunjukkan</b> empati pada kejadian yang dialaminya.		√			
Ra/2/3.3a	Momen ini kemudian <b>membuka</b> jalan keduanya lebih membuka diri dan tidak ragu untuk berbagi pengalaman hidup,	√				
Ra/2/3.3b	sehingga tanpa <b>disadari</b> hubungan baik pun terbentuk.		√			
Ra/2/3.4a	Namun, membuka diri <b>memang bukan</b> hal yang mudah.				√	



Ra/2/3.5a	Dalam hubungan bisnis atau hubungan atasan bawahan, kita sering <b>dikelabui</b> oleh hubungan yang diwarnai oleh wewenang,		√			
Ra/2/3.5b	sehingga seorang anak buah terpaksa <b>mematuhi</b> perintah atasan,	√				
Ra/2/3.5c	ataupun seorang <i>customer service</i> memang <b>mempunyai</b> keharusan melayani pelanggan.				√	
Ra/2/3.6a	<b>Rapport</b> tidak <b>terjadi</b> .	√				
Ra/2/4.1a	Dalam hubungan atasan-bawahan, di mana atasan <b>menuntut</b> bawahan untuk berprestasi, tetapi sekaligus belajar,		√			
Ra/2/4.1b	hubungan tanpa <b>Rapport</b> tidak akan <b>mempan</b> .		√			
Ra/2/4.2a	Ini sebabnya, atasanlah yang perlu <b>aktif</b> berstrategi membina <b>Rapport</b> .	√				
Ra/2/4.3a	Kitalah yang mesti membiarkan diri <b>mengalami</b> penetrasi sosial.		√			
Ra/2/4.4a	Kuncinya <b>sebetulnya</b> sederhana,				√	
Ra/2/4.4b	orang <b>bisa</b> dengan mudah 'masuk' dalam hubungan yang lebih mendalam,	√				
Ra/2/4.4c	bila <b>mengenal</b> orang lain secara lebih mendalam.		√			
Ra/2/4.5a	<b>Artinya</b> , pengenalan tidak di permukaan saja.				√	
Ra/2/4.6a	Bayangkan bagaimana rasa percaya dan hubungan bisa <b>mendalam</b> ,		√			
Ra/2/4.6b	jika banyak hal dalam kehidupan pribadi ataupun di pekerjaan <b>dirahasiakan</b> ,	√				
Ra/2/4.6c	<b>disembunyikan</b> ,	√				
Ra/2/4.6d	<b>ditutup-tutupi</b> ?	√				
Ra/2/4.7a	Membuka diri bukan <b>berarti</b> membuka aib kita.				√	
Ra/2/4.8a	Namun, yang kita <b>bagi</b>		√			
Ra/2/4.8b	<b>adalah</b> pelajaran hidup atau " <i>life lesson</i> " secara rendah hati,				√	
Ra/2/4.8c	yang <b>diperoleh</b> dari asam-garam pengalaman.	√				
Ra/2/5.1a	Seorang <i>coach</i> basket <b>mengatakan</b>			√		
Ra/2/5.1b	bahwa bila ia tidak <b>berbagi</b> ' <i>life lessons</i> ' dengan timnya,	√				
Ra/2/5.1c	maka timnya tidak akan <b>mengembangkan</b> kualitas hubungan baik antar tim.		√			
Ra/2/5.2a	Ia <b>memberi</b> contoh,	√				
Ra/2/5.2b	bahwa dengan <b>mengajak</b> anggota tim untuk memberi bantuan pada	√				

	orang-orang yang memerlukan,					
Ra/2/5.2c	kelompoknya lebih <b>peka</b> terhadap kegiatan memberi.		√			
Ra/2/5.3a	Hal yang kemudian <b>dipelajari</b> oleh anggota tim	√				
Ra/2/5.3b	<b>adalah</b> bahwa membuat seseorang senang				√	
Ra/2/5.3c	juga <b>membuahkan</b> kesenangan.	√				
Ra/2/5.4a	Hal-hal inilah yang <b>bernilai</b> jauh lebih besar daripada pengajaran 'hardskill' yang lebih teraga,	√				
Ra/2/5.4b	namun ini juga yang sering <b>dilupakan</b> para atasan.		√			
Ra/2/5.5a	Padahal banyak sekali hal-hal yang bisa <b>di 'share'</b>	√				
Ra/2/5.5b	yang juga akan <b>membangun</b> simpati ke diri kita, misalnya kebiasaan bicara apa adanya, bersikap proaktif, kerja keras, berusaha memahami orang lain tanpa minta dipahami, tidak mengeluh dan selalu memfokuskan perhatian pada hal-hal yang positif.		√			
Ra/2/5.6a	Dalam hubungan atasan-bawahan atau tim, seorang atasan juga bisa <b>berbagi</b> ,	√				
Ra/2/5.6b	tentang bagaimana ia <b>menghadapi</b> kesulitan,		√			
Ra/2/5.6c	bagaimana ia <b>belajar</b>	√				
Ra/2/5.6d	atau bagaimana ia <b>menyayangi</b> orang disekitarnya.		√			
Ra/2/5.7a	Kita perlu <b>berani</b> mengekspose 'life lessons' kita pada anak buah,		√			
Ra/2/5.7b	karena <b>mau tidak mau</b> ,		√			
Ra/2/5.7c	sebagian besar dari materi <i>coaching</i> juga <b>berisi "life lessons": "laws of life", "truths of life"</b> , yang berupa sikap dan nilai-nilai kehidupan.	√				
Ra/2/5.8a	<i>Rapport</i> akan lebih mudah <b>terbentuk</b>	√				
Ra/2/5.8b	bila daya tarik dan 'familiarity' <b>sudah terjadi</b> .	√				
Ra/2/6.1a	<i>Rapport</i> <b>terjadi</b>	√				
Ra/2/6.1b	bila individu <b>merasa</b> aman sepenuhnya dengan keberadaan kita.		√			
Ra/2/6.2a	Selain itu, ia perlu <b>merasa</b>		√			
Ra/2/6.2b	bahwa ia <b>dimengerti</b> .		√			
Ra/2/6.3a	Ini sulit <b>terjadi</b>	√				
Ra/2/6.3b	bila atasan <b>terlalu sibuk</b> dengan agenda dirinya	√				
Ra/2/6.3c	dan <b>memikirkan</b> dirinya sendiri.		√			
Ra/2/6.4a	Untuk itu, atasan <b>perlu</b> untuk sementara waktu bersikap 'selfless'		√			

	dan 'selesai' dengan dirinya sendiri.					
Ra/2/6.5a	Caranya, <b>antara lain</b> dengan menunjukkan dirinya 100% siap menolong,				√	
Ra/2/6.5b	<b>menghadapi</b> orang lain dengan tulus	√				
Ra/2/6.5c	dan penuh <b>minat</b> mencari tahu tentang keadaan bawahan.		√			
Ra/2/6.6a	Sikap proaktif seorang pemimpin tetap harus <b>terarah</b> pada anggota tim, bukan kepada dirinya sendiri.	√				
Ra/2/6.7a	Karisma dan sikap saling mengerti hanya <b>terarah</b> pada anggota timnya,	√				
Ra/2/6.7b	tidak pernah <b>memikirkan</b> untung rugi atau timbal baliknya hubungan.		√			
Ra/2/6.8a	Ketika mengajukan pertanyaan atau ditanya, kita pun perlu <b>bersikap</b> sebagai " <i>open space listener</i> ",		√			
Ra/2/6.8b	<b>yaitu</b> dengan sabar menunggu jawaban dan pendapat orang lain,				√	
Ra/2/6.8c	tanpa <b>kehendak</b> untuk mengeluarkan pendapat kita sendiri,		√			
Ra/2/6.8d	karena ' <i>agenda</i> ' kita memang tidak lain daripada <b>membuat</b> orang lain merasa dimengerti.	√				
Ra/2/6.9a	Hanya dengan upaya keras untuk <b>membuat</b> ' <i>impact</i> ' pada pihak lainlah	√				
Ra/2/6.9b	kita bisa <b>membina</b> hubungan kondusif yang ujungnya bisa mempengaruhi anggota tim kita untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik.	√				
<b>Jumlah Proses = 102</b>		<b>44</b>	<b>33</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>5</b>
<b>Teks 3. NILAI TAMBAH KREATIVITAS</b>						
NTK/3/1.1a	Kreativitas jelas <b>merupakan</b> tuntutan bagi pekerja seni, seperti artis, penyanyi, pemusik atau pelukis.				√	
NTK/3/1.2a	Kita <b>tahu</b> ,		√			
NTK/3/1.2b	' <i>income</i> ' mereka yang sukses di bidang seni seperti ini ( <b>adalah</b> ) banyak.				√	
NTK/3/1.3a	Seorang pelukis bisa <b>membuat</b> galeri	√				
NTK/3/1.3b	dari sekedar <b>menjual</b> 1-2 lukisan saja.	√				
NTK/3/1.4a	Seorang penyanyi bisa <b>menghasilkan</b> banyak uang dalam sekali bernyanyi.	√				

NTK/3/1.5a	<b>Bukan main!</b>		√			
NTK/3/1.6a	Namun, berapa persentase seniman yang ( <b>menjadi</b> ) sukses ini?				√	
NTK/3/1.7a	Bukankah ( <b>ada</b> ) lebih banyak seniman 'tanggung' tanpa apresiasi pelanggan?					√
NTK/3/1.8a	Hal ini <b>menjadikan</b> banyak alumni pendidikan seni sendiri	√				
NTK/3/1.8b	yang kemudian <b>merasa</b> bahwa berkreativitas, berinovasi itu tidak 'make money'.		√			
NTK/3/1.9a	Benarkah kreativitas tidak <b>memiliki</b> nilai 'moneter'?				√	
NTK/3/1.10a	Kita <b>tahu</b>		√			
NTK/3/1.10b	dunia bisnis masih kerap <b>melihat</b> kreativitas sebagai kemewahan dan 'arena buang buang duit' saja?		√			
NTK/3/1.11a	Kalau bukan pemborosan, <b>ada</b> yang beranggapan					√
NTK/3/1.11b	bahwa kreativitas atau inovasi <b>adalah</b> 'bagian' orang-orang yang tidak serius dan berdisiplin:				√	
NTK/3/1.11c	"Area Gen Y!",			√		
NTK/3/1.11d	<b>kata</b> seorang CEO.			√		
NTK/3/1.12a	Ada juga yang <b>menyebut</b> :					√
NTK/3/1.12b	"Industri kami adalah industri yang serius, kita bukan memproduksi 'rock star'".			√		
NTK/3/1.13a	Paradigma inilah yang sering <b>menyebabkan</b>	√				
NTK/3/1.13b	banyak orang tidak <b>meyakini</b>		√			
NTK/3/1.13c	bahwa kreativitas perlu <b>mendapat</b> tempat terdepan dalam pencarian solusi terhadap permasalahan di tempat kerja.	√				
NTK/3/2.1a	Bila kita <b>berpikir</b>		√			
NTK/3/2.1b	bahwa kreativitas hanya ( <b>menjadi</b> ) salah satu 'feature' dalam kegiatan pikir kita,				√	
NTK/3/2.1c	kita perlu <b>membuka</b> mata lebih lebar.	√				
NTK/3/2.2a	Mekanik mobil harus <b>menemukan</b> cara mendeteksi kerusakan mesin,	√				
NTK/3/2.2b	yang tidak <b>dipelajari</b> dengan sistem <i>problem solving</i> di sekolah.	√				
NTK/3/2.3a	CEO yang <b>terkenal</b> kekuatannya dalam mengotak-atik angka keuangan,		√			

NTK/3/2.3b	pada saatnya perlu <b>menggunakan</b> kreativitasnya untuk memahami problem yang kompleks.	√				
NTK/3/2.4a	Jelas bahwa kreativitas <b>ada</b> di dalam setiap situasi?					√
NTK/3/2.5a	Kita perlu <b>meyakini</b>		√			
NTK/3/2.5b	betapa bisnis tidak bisa <b>berjalan</b> tanpa berkreaitivitas.	√				
NTK/3/2.6a	Kita bisa <b>menyaksikan</b> perusahaan bermodal besar,		√			
NTK/3/2.6b	bisa tiba-tiba <b>menjadi</b> 'gajah bengkak' karena tidak kreatif.				√	
NTK/3/2.7a	<i>Mindset</i> tidak <b>mementingkan</b>		√			
NTK/3/2.7b	kreativitas sungguh <b>melahirkan</b> mental "tidak bisa" yang membunuh.	√				
NTK/3/2.8a	Perusahaan seperti GE, yang demikian sukses di abad ke-20 lalu, sekarang pun <b>berkiprah</b> ke kepedulian lingkungan dan inovasi <i>ecomagination</i> ,	√				
NTK/3/2.8b	serta masih harus <b>membuktikan</b>	√				
NTK/3/2.8c	apakah mereka akan <b>mencetak</b> laba	√				
NTK/3/2.8d	dan <b>membuat</b> perusahaannya bisa se-sexy <i>Apple</i> .	√				
NTK/3/2.9a	Fenomena ini <b>membuktikan</b>	√				
NTK/3/2.9b	bahwa kreativitas dan inovasi tidak bisa <b>berbentuk</b> 'lipsservice', basa-basi, atau setengah-setengah.	√				
NTK/3/3.1a	Bila kita masih <b>meragukan</b>		√			
NTK/3/3.1b	bahwa kreativitas tidak <b>mempunyai</b> nilai moneter,				√	
NTK/3/3.1c	mari <b>simak</b> kisah Peter Thiel.		√			
NTK/3/3.2a	Dengan kesungguhan hati, beliau <b>meninggalkan</b> dunia advokat	√				
NTK/3/3.2b	dan <b>menciptakan</b> <i>PayPal</i> .	√				
NTK/3/3.3a	Apa (yang <b>menjadi</b> ) modalnya?				√	
NTK/3/3.4a	Pemikiran matang yang <b>dielaborasi</b>	√				
NTK/3/3.4b	dan <b>dituntaskan</b> .	√				
NTK/3/3.5a	Hasilnya, Thiel sekarang <b>menjadi</b> pemegang saham terbesar dari perusahaan bergengsi lain seperti <i>Facebook</i> .				√	
NTK/3/3.6a	Ia pun kini <b>mengerjakan</b> hal yang diimpikannya,	√				
NTK/3/3.6b	<b>yaitu</b> menjadi dosen di Stanford dengan mata kuliah <i>creative economy</i> .				√	
NTK/3/3.7a	Kreativitas sebagai kunci sukses finansial juga sudah <b>dibuktikan</b>	√				

	oleh Cirque du Soleil,					
NTK/3/3.7b	yang <b>mengubah</b> sirkus binatang yang hampir mati,	√				
NTK/3/3.7c	<b>menjadi</b> ajang <i>show</i> musikal dan tari manusia berbakat.				√	
NTK/3/3.8a	Strateginya <b>adalah</b>				√	
NTK/3/3.8b	<b>memasukkan</b> sedikit bumbu imajinasi dalam rumus strategi kita.	√				
NTK/3/3.9a	Jadi, pertanyaannya sekarang <b>adalah</b> :				√	
NTK/3/3.9b	apa upaya yang harus kita <b>lakukan</b> dalam perusahaan agar manusianya termotivasi	√				
NTK/3/3.9c	untuk senantiasa <b>melakukan</b> perbaikan produk,	√				
NTK/3/3.9d	<b>membaca</b> pelanggan,		√			
NTK/3/3.9e	bahkan <b>membuat</b> terobosan baru.	√				
NTK/3/4.1a	Kita sering <b>menyaksikan</b> perusahaan mengunggulkan peran <i>salesman</i> dan <i>frontliner</i> ,		√			
NTK/3/4.1b	karena merekalah orang yang <b>bertemu</b> pelanggan.		√			
NTK/3/4.2a	<b>Ada</b> juga perusahaan yang membayar mahal para ahli keuangannya					√
NTK/3/4.2b	karena <b>berpikir</b>		√			
NTK/3/4.2c	bahwa merekalah yang bisa <b>mengkotak katik</b> ' <i>cashflow</i> '	√				
NTK/3/4.2d	dan <b>mengefisienkan</b> perusahaan,	√				
NTK/3/4.2e	sehingga bisa <b>mencetak</b> laba lebih banyak.	√				
NTK/3/4.3a	Kita tidak <b>menyadari</b> betapa begitu kita meng-'utama'-kan segelintir orang di perusahaan,		√			
NTK/3/4.3b	maka <b>matilah</b> kreativitas yang lain.	√				
NTK/3/4.4a	Individu <b>merasa</b> tidak perlu berinovasi,		√			
NTK/3/4.4b	"Sudah ada ahlinya",			√		
NTK/3/4.4c	<b>kata</b> mereka.			√		
NTK/3/4.5a	Padahal, ekonomi kreatif yang <b>didengungkan</b> David Brooks,			√		
NTK/3/4.5b	hanya bisa <b>terjadi</b>	√				
NTK/3/4.5c	bila semua orang <b>merasakan</b> urgensi yang sama untuk senantiasa berubah,		√			
NTK/3/4.5d	<b>menawarkan</b> ' <i>value</i> ' baru ke pelanggan	√				
NTK/3/4.5e	dan <b>men'deliver'nya</b> sesegera mungkin.	√				
NTK/3/5.1a	Para manajer dan <i>supervisor</i> , sebetulnya perlu <b>membiasakan</b> diri		√			

	untuk mendisiplinkan kreativitas.					
NTK/3/5.2a	Walalupun sulit dan tidak teraga, kreativitas <b>bisa</b> di-' <i>manage</i> '.	√				
NTK/3/5.3a	Di sebuah perusahaan yang yakin akan inovasi, <b>disebarkan</b> <i>spirit</i> " <i>can do</i> ",	√				
NTK/3/5.3b	<b>yaitu</b> tidak ada kata "tidak bisa".				√	
NTK/3/5.4a	Mereka juga <b>menumbuhkan</b> keyakinan		√			
NTK/3/5.4b	bahwa kesalahan <b>adalah</b> cara merangsang inovasi.				√	
NTK/3/5.5a	Tanpa susah-susah, perusahaan ini sudah <b>memotivasi</b> seluruh karyawan untuk berkreasi.	√				
NTK/3/5.6a	Masih banyak cara yang bisa kita <b>gunakan</b> ,	√				
NTK/3/5.6b	agar berinovasi <b>dianggap</b> setiap orang sesuatu yang ' <i>fun</i> ' dan menantang, tetapi juga keharusan.		√			
NTK/3/5.7a	Kita bisa <b>menggalakkan</b> ' <i>brainstorming</i> ' sebelum mengambil keputusan.	√				
NTK/3/5.8a	Kita pun bisa <b>menggalakkan</b> ' <i>wholebrain thinking</i> ' dengan menukar <i>problem solver</i> yang tidak sesuai bidangnya,	√				
NTK/3/5.8b	misalnya akuntan diminta <b>memecahkan</b> masalah pemasaran atau sebaliknya.	√				
NTK/3/6.1a	Pada tahun 2005, W. Chan Kim dan Renée Mauborgne sudah <b>memaparkan</b> usulan			√		
NTK/3/6.1b	agar kita tidak mati-matian <b>berebut</b> pasar yang serupa dengan kompetitor,	√				
NTK/3/6.1c	misalnya dengan <b>banting</b> harga	√				
NTK/3/6.1d	atau <b>menjelek-jelekkan</b> kompetitor kita.			√		
NTK/3/6.2a	Hal yang bisa kita lakukan <b>adalah</b> mencari " <i>Blue Ocean</i> ",				√	
NTK/3/6.2b	<b>yaitu</b> ajang kreativitas, di mana kita berani tampil beda,				√	
NTK/3/6.2c	sehingga tidak perlu <b>berkompetisi</b> berdarah-darah.	√				
NTK/3/6.3a	Inilah yang <b>dilakukan</b> Steve Jobs sejak lama.	√				
NTK/3/6.4a	Ia <b>menjual</b> musik melalui <i>i-Tunes</i> ,	√				
NTK/3/6.4b	<b>membuat</b> telpon 3 in 1,	√				
NTK/3/6.4c	dan <b>membuat</b> komputer 4 in 1.	√				
NTK/3/6.5a	Semua ini memang <b>sekadar</b> keperluan sehari-hari kita,		√			

NTK/3/6.5b	tetapi pengolahannya yang <b>membuat</b> ia beda,	√				
NTK/3/6.5c	sehingga nilai tambah pun <b>muncul</b> .	√				
NTK/3/6.6a	Buah pemikiran itu kemudian <b>menjadi</b> sangat bernilai				√	
NTK/3/6.6b	dan pada akhirnya <b>mencetak</b> keuntungan material yang luar biasa.	√				
NTK/3/6.7a	Disinilah bedanya <b>menghadapi</b> kesulitan,		√			
NTK/3/6.7b	<b>perang</b> kompetisi dengan berpikir keras untuk mendapatkan peluang.	√				
NTK/3/7.1a	Riset <b>menunjukkan</b>		√			
NTK/3/7.1b	betapa kreativitas <b>adalah</b> ketrampilan yang diasah dan dikembangkan,				√	
NTK/3/7.1c	bukan <b>dimiliki</b> sejak lahir.	√				
NTK/3/7.2a	Semakin sering kita <b>melakukan benchmark</b> ,	√				
NTK/3/7.2b	<b>mengembangkan</b> minat pada bidang lain di luar bidang keahlian kita,	√				
NTK/3/7.2c	<b>berdiskusi</b> dengan individu dari keahlian yang berbeda,			√		
NTK/3/7.2d	semakin <b>tajam</b> kita		√			
NTK/3/7.2e	saat <b>membedah</b> permasalahan kerja kita dengan sudut pandang baru.	√				
NTK/3/7.3a	Penelitian bahkan <b>mengatakan</b> ,			√		
NTK/3/7.3b	bahwa karyawan yang <b>aktif</b> bersosial media,	√				
NTK/3/7.3c	<b>punya</b> kecenderungan lebih kreatif daripada yang tidak.				√	
NTK/3/7.4a	Kita bisa <b>melihat</b>		√			
NTK/3/7.4b	betapa <b>mengasah</b> kreativitas	√				
NTK/3/7.4c	bahkan bisa <b>mengembangkan</b> kualitas kehidupan kita secara menyeluruh,		√			
NTK/3/7.4d	yang ujung-ujungnya akan <b>memberi</b> kontribusi pada kemajuan bisnis, juga masyarakat.	√				
NTK/3/7.5a	Ya, kreativitas tidak boleh <b>dikebelakangkan</b> .	√				
NTK/3/7.6a	Kita sudah tidak <b>punya</b> pilihan: <i>delight or die</i> .				√	
<b>Jumlah Proses = 128</b>		<b>62</b>	<b>29</b>	<b>10</b>	<b>22</b>	<b>5</b>
<b>Teks 4. TERIMA KASIH</b>						
TK/4/1.1a	Teman saya, seorang yang sukses <b>memimpin</b> berbagai perusahaan	√				



TK/4/1.1b	dan sangat <b>populer</b> di pergaulan,		√			
TK/4/1.1c	<b>mempunyai</b> kebiasaan yang sudah sangat dikenali oleh orang-orang yang dekat dengannya.				√	
TK/4/1.2a	Setiap percakapan melalui email atau teks, selalu <b>diakhirinya</b> dengan kata: "Terima kasih".	√				
TK/4/1.3a	Hal yang unik <b>adalah</b> ia ingin agar dialah yang menutup pembicaraan.				√	
TK/4/1.4a	Bila ucapan "terima kasih"-nya kita <b>jawab</b> ,			√		
TK/4/1.4b	maka ia akan <b>menambahkan</b> komentar lain,			√		
TK/4/1.4c	supaya ia <b>menjadi</b> orang yang terakhir berucap dalam dialog itu.				√	
TK/4/1.5a	Pada sebuah kesempatan, saya <b>tanyakan</b> ,			√		
TK/4/1.5b	mengapa ia <b>mempunyai</b> kebiasaan 'manis' ini.				√	
TK/4/1.6a	<b>Jawaban</b> beliau sederhana saja:			√		
TK/4/1.6b	"Itu cara saya menghargai orang".			√		
TK/4/2.1a	Setiap orang memang bisa <b>punya</b> pandangan berbeda-beda mengenai ungkapan 'terima kasih'.				√	
TK/4/2.2a	Seorang manajer pernah <b>mengeluh</b>			√		
TK/4/2.2b	bahwa ungkapan terima kasih yang ia <b>sampaikan</b> ,			√		
TK/4/2.2c	kerap oleh orang lain <b>dianggap</b> otomatis memang harus demikian.		√			
TK/4/2.3a	Itu sebabnya, <b>ada</b> pula orang yang merasa					√
TK/4/2.3b	bahwa ungkapan tersebut bisa <b>digantikan</b> proses elektrik yang dilakukan oleh komputer.	√				
TK/4/2.4a	Bagi sebagian orang, ungkapan 'terimakasih' <b>dianggap</b> sebagai sesuatu yang "ekstra",		√			
TK/4/2.4b	yang hanya <b>diberikan</b> untuk tindakan-tindakan yang melampaui ekspektansi.	√				
TK/4/2.5a	Bukan untuk hasil tindakan sehari-hari.					
TK/4/2.6a	"Mereka dibayar untuk mengerjakan pekerjaan mereka, mengapa kita harus mengucapkan terima kasih?",			√		
TK/4/2.6b	<b>ujar</b> seorang 'owner' perusahaan.			√		
TK/4/2.7a	Di sebuah organisasi yang tengah <b>menggalakkan</b> budaya "Smile & Thanks",	√				

TK/4/2.7b	seorang karyawan bahkan <b>berkata</b> ..			√		
TK/4/2.7c	"Saat saya menandatangani kontrak kerja dulu, tidak tertulis kewajiban untuk mengatakan 'terima kasih'. Jadi, mengapa harus repot-repot?"			√		
TK/4/2.8a	Alangkah <b>bertentangnya</b> dengan teman saya di atas.		√			
TK/4/3.1a	Kata terima kasih, memang <b>terasa</b> begitu sederhana,		√			
TK/4/3.1b	sehingga tanpa <b>disadari</b> sering terlewat dalam benak kita.		√			
TK/4/3.2a	Kita <b>bisa jadi</b> terlalu sibuk dengan kegiatan bisnis, berorganisasi, politik untuk bersikap 'baik' pada orang lain.	√				
TK/4/3.3a	Kita mungkin <b>lupa</b>		√			
TK/4/3.3b	bahwa ungkapan terima kasih bisa <b>mengandung</b> "magic".				√	
TK/4/3.4a	Kata 'terima kasih' juga jelas <b>mengandung</b> rasa hormat				√	
TK/4/3.4b	dan <b>menyalurkan</b> rasa 'care' yang berbobot emosi.		√			
TK/4/3.5a	Bila reward dan apresiasi untuk prestasi cemerlang, kerap kita <b>tuangkan</b> dalam program dan strategi untuk memotivasi karyawan,	√				
TK/4/3.5b	kita sering <b>lupa</b>		√			
TK/4/3.5c	bahwa situasi yang sehari-hari dan rutinalah yang lebih <b>dominan</b> di dunia kerja.		√			
TK/4/3.6a	Disinilah kita sering <b>kecolongan</b>		√			
TK/4/3.6b	dan lupa <b>menghargai</b> seseorang di dalam tim		√			
TK/4/3.6c	dan hanya <b>tergugah</b> pada "extra miles" saja.		√			
TK/4/4.1a	Seorang teman <b>terkejut</b>		√			
TK/4/4.1b	ketika anak buahnya <b>mengirimkan</b> sms "terima kasih".	√				
TK/4/4.2a	Ketika ia <b>tanyakan</b> untuk apa,			√		
TK/4/4.2b	anak buahnya tersebut <b>mengatakan</b>			√		
TK/4/4.2c	ia <b>berterima kasih</b>			√		
TK/4/4.2d	karena <b>diberikan</b> tugas yang super sulit di pekerjaan.	√				
TK/4/4.3a	Setelah itu, mereka langsung <b>bersahabat</b> .		√			
TK/4/4.4a	Kita <b>lihat</b> ,		√			
TK/4/4.4b	betapa kata terima kasih <b>mempunyai</b> bobot emosional.				√	
TK/4/4.5a	Dalam situasi sehari-hari, saat seseorang <b>mengungkapkan</b> terima kasih yang tulus,			√		

TK/4/4.5b	misalnya saat kita <b>menahan</b> pintu lift untuknya,	√				
TK/4/4.5c	bukankan kita segera bisa <b>merasakan</b> semburan kehangatan di dalam ekspresinya?		√			
TK/4/4.6a	Kata “terima kasih” bisa sangat <b>ampuh</b>		√			
TK/4/4.6b	untuk kita <b>gunakan</b> dalam menunjukkan kepedulian,	√				
TK/4/4.6c	<b>menghargai</b> niat baik dari seseorang terhadap orang lain.		√			
TK/4/4.7a	Di saat di mana kita semakin banyak <b>menggantikan</b> komunikasi tatap muka dengan kontak secara elektronik dan tertulis,	√				
TK/4/4.7b	dan <b>mengkhawatirkan</b> tidak adanya ‘jiwa’ dalam komunikasi modern ini,		√			
TK/4/4.7c	alangkah bodohnya bila kita <b>mengabaikan</b> dua kata tersebut.		√			
TK/4/4.8a	Bukankah kita tidak <b>punya</b> risiko apapun bila mengungkapkannya?				√	
TK/4/4.9a	Kita tentu tidak pernah <b>bertemu</b> orang yang marah ataupun sedih	√				
TK/4/4.9b	bila <b>mendengar</b> kita mengucapkan “terima kasih”, bukan?		√			
TK/4/5.1a	Dalam sebuah survei kecil di perusahaan di mana semua orang <b>mengira</b>		√			
TK/4/5.1b	bahwa hal yang <b>dianggap</b> paling penting oleh karyawan		√			
TK/4/5.1c	<b>adalah</b> upah,				√	
TK/4/5.1d	hasilnya ternyata ‘penghargaan’ <b>menduduki</b> peringkat pertama.	√				
TK/4/5.2a	Ini ( <b>adalah</b> ) bukti				√	
TK/4/5.2b	betapa kepedulian, ‘care’ dan apresiasi <b>adalah</b> perilaku manajerial yang penting dalam organisasi.				√	
TK/4/5.3a	Dan, hal ini tidak bisa <b>ditampilkan</b> hanya dalam “upacara” atau <i>ceremonial</i> saja,	√				
TK/4/5.3b	karena apresiasi ini justru perlu <b>terasa</b> dalam situasi harian.		√			
TK/4/5.4a	“ <i>Deadline</i> ”, rutinitas pencapaian target, sudah pasti <b>menimbulkan</b>	√				
TK/4/5.4b	tekanan yang <b>membawa</b> suasana menjadi bertegangan tinggi.	√				
TK/4/5.5a	Bila tidak hati-hati, disinilah kita bisa <b>kehilangan</b> kesempatan membina “ <i>trust</i> ” dan hubungan baik,		√			
TK/4/5.5b	yang sesungguhnya <b>adalah</b> unsur utama dari kinerja dan motivasi tim.				√	
TK/4/6.1a	Bila kita <b>merasa</b> kerja baik dan kerja keras saja cukup		√			

TK/4/6.1b	untuk <b>membuat</b> kita berhasil di tempat kerja,	√				
TK/4/6.1c	ternyata tidak selalu demikian kondisinya.					
TK/4/6.2a	Seorang teman saya, tidak jadi <b>mempromosikan</b> anak buahnya,	√				
TK/4/6.2b	ketika ia tidak <b>mendapat</b> jawaban atas ucapan terima kasihnya.	√				
TK/4/6.3a	la <b>mengatakan</b> ,			√		
TK/4/6.3b	“Bila ungkapan terimakasih disepelekan, bagaimana ia akan menhandel masalah interpersonal yang lebih penting? Hal yang penting dan ingin saya ketahui sebetulnya adalah apa yang ia pikirkan mengenai ‘hubungan’ atasan-bawahan, hubungan antar manusia, dan terutama hubungannya dengan perusahaan”.			√		
TK/4/6.4a	Ternyata, bagi sebagian orang, kata terima kasih ia <b>nyatakan</b> dengan cara yang berarti.			√		
TK/4/6.5a	Dan sebaliknya, ia pun <b>menginginkan</b> sikap yang sama.		√			
TK/4/7.1a	Kita sering tidak <b>sadar</b>		√			
TK/4/7.1b	bahwa <b>membuat</b> kebiasaan kecil,	√				
TK/4/7.1c	seperti “say thank you” <b>mempunyai</b> dampak demikian besar pada kultur kelompok.				√	
TK/4/7.2a	<b>Ada</b> perusahaan yang mempunyai prosedur standar, dalam rencana proyeknya,					√
TK/4/7.2b	<b>yaitu</b> tahapan “terima kasih”.				√	
TK/4/7.3a	Meski <b>ada</b> karyawan yang awalnya mengolok-olok,					√
TK/4/7.3b	namun mereka <b>meyakini</b>		√			
TK/4/7.3c	betapa rutinitas menghargai dan mengucapkan terima kasih secara disiplin akan <b>mengembangkan</b> lingkungan kerja yang lebih positif dan apresiatif,		√			
TK/4/7.3d	yang ujung-ujungnya akan <b>mendorong</b> produktivitas.		√			
TK/4/7.4a	Bila kebiasaan mengucapkan terima kasih ini kemudian <b>dikembangkan</b> dengan mengucapkan alasan yang dibumbui dengan keterangan		√			
TK/4/7.4b	betapa ‘ <i>action</i> ’ orang tersebut sudah <b>membuat</b> diri kita beruntung,	√				
TK/4/7.4c	bayangkan betapa moral tim dan hubungan individu dalam kelompok bisa <b>diperbaiki</b> tanpa perlu mengeluarkan biaya mahal sama sekali.	√				

Jumlah Proses = 92		23	33	18	15	3
<b>Teks 5. AHLI</b>						
Ah/5/1.1a	Akses <i>internet</i> yang begitu mudahnya saat ini, <b>menjadikan</b> pengetahuan seolah sudah jadi semurah kacang goreng.	√				
Ah/5/1.2a	Kita <b>mengalami</b> banjir informasi.		√			
Ah/5/1.3a	Tiba-tiba kita <b>merasa</b> lebih " <i>in the know</i> " daripada waktu-waktu sebelumnya.		√			
Ah/5/1.4a	Bahkan banyak ilmu yang dulunya <b>tidak populer</b> ,		√			
Ah/5/1.4b	kini <b>menjadi</b> demikian populer, dengan frekuensi informasi yang bertubi-tubi, melalui sosial media, <i>blogs</i> dan lain-lain.				√	
Ah/5/1.5a	Kita bisa <b>belajar</b> menari, menonton cara memasak, cara membuat sabun, bahkan cara membuat bom dan apapun dalam <i>internet</i> .	√				
Ah/5/1.6a	Bila beberapa dekade yang lalu orang <b>membayar</b> mahal untuk pergi ke konsultan perkawinan, ahli finansial, konsultan bisnis,	√				
Ah/5/1.6b	sekarang ke semua ilmu itu <b>ada</b> di buku-buku populer,					√
Ah/5/1.6c	yang <b>ditulis</b> oleh orang yang "tahu",	√				
Ah/5/1.6d	tetapi tidak terlalu <b>berpengalaman</b> sekali.		√			
Ah/5/1.7a	Kita sudah <b>berada</b> di era " <i>everyday expert</i> " yang udah tidak bisa dihindari, ditolak, ataupun dilecehkan.					√
Ah/5/2.1a	Dulu kita kadang <b>mengatakan</b> ,			√		
Ah/5/2.1b	"serahkan saja pada ahlinya".			√		
Ah/5/2.2a	Namun, pernyataan ini sekarang <b>menjadi</b> kontradiksi,				√	
Ah/5/2.2b	karena kita <b>dihadapkan</b> pada situasi		√			
Ah/5/2.2c	di mana sulit <b>membedakan</b> mana yang benar-benar ahli karena ilmu dan pengalaman,		√			
Ah/5/2.2d	dengan mereka yang <b>menjadi</b> pengamat				√	
Ah/5/2.2e	dan kemudian bisa <b>memberikan</b> kata-kata "cerdas" dan "bertuah" layak ahlinya.	√				
Ah/5/2.3a	Orang dengan mudah <b>menulis</b>	√				
Ah/5/2.3b	dan <b>mempublikasikan</b> <i>tips</i> .	√				
Ah/5/2.4a	Orang dengan mudah <b>membuat</b> analisa politik.	√				
Ah/5/2.5a	Bahkan, ajang analisa, tanpa proses edit, <b>disediakan</b> oleh harian-	√				

	harian terkemuka.					
Ah/5/2.6a	Fasilitas sosial media, bukan sekedar berubah <b>menjadi</b> ajang penjualan ' <i>online</i> ' aja, tetapi juga ajang pengajaran kilat.				√	
Ah/5/2.7a	Kita tidak bisa <b>mengatakan</b> pembicaraan para 'pemula' ini sebagai hal yang <i>ngawur</i> ,			√		
Ah/5/2.7b	karena apa yang mereka <b>ulas</b> masuk akal,			√		
Ah/5/2.7c	juga <b>berguna</b> bagi orang yang belum tahu dan membutuhkan.		√			
Ah/5/2.8a	Kita bisa <b>menikmati</b> hasil pengalaman sehari-hari,		√			
Ah/5/2.8b	dan pengkajian individu terhadap beberapa tulisan, <b>menjadi</b> subyek yang menarik.				√	
Ah/5/2.9a	Dalam sekejap, masyarakat tiba-tiba bisa <b>memproklamkan</b> seseorang menjadi "ahli".			√		
Ah/5/2.10a	Memang, dalam era <i>internet</i> seperti ini, "bisa" ilmu individu tidak <b>dites</b> lagi oleh penggunanya.	√				
Ah/5/2.11a	Jadilah banyak orang kemudian bisa <b>menjadi</b> " <i>All-Star Adviser</i> ".				√	
Ah/5/3.1a	Kita bisa <b>melihat</b>		√			
Ah/5/3.1b	betapa ahli-ahli yang sebenarnya, <b>menjadi</b> kehilangan pasar karena para amatir sudah 'berjalan sendiri'.				√	
Ah/5/3.2a	Jalur ekspertis, sudah <b>menjadi</b> singkat secara dramatis.				√	
Ah/5/3.3a	Misalnya saja, <i>gadget</i> canggih yang <b>memberi</b> kemudahan bagi kita untuk memotret dan mengedit foto dalam hitungan detik,	√				
Ah/5/3.3b	membuat "ahli fotografi" kemudian <b>berjamur</b> di mana-mana.	√				
Ah/5/3.4a	Bagaimana kualitas foto yang mereka <b>hasilkan</b> ?	√				
Ah/5/3.5a	" <i>Not bad</i> ",			√		
Ah/5/3.5b	<b>kata</b> orang.			√		
Ah/5/3.6a	Kita sedang <b>menghadapi</b> era di mana para " <i>partial pro</i> " sudah laku dan terpakai.		√			
Ah/5/3.7a	Pertanyaannya, ( <b>adalah</b> )				√	
Ah/5/3.7b	apakah kemudian kita memang tidak perlu lagi <b>mengembangkan</b> keahlian yang mendalam?	√				
Ah/5/3.8a	Apakah organisasi masih <b>membutuhkan</b> individu yang benar-benar ahli di beberapa posisi, atau situasi?		√			
Ah/5/4.1a	Kita bisa <b>menyaksikan</b> sendiri,		√			

Ah/5/4.1b	betapa di parlemen, orang yang tidak <b>tahu</b> sama sekali mengenai suatu subyek,		√			
Ah/5/4.1c	<b>mengajukan</b> pertanyaan-pertanyaan pada eksekutor,			√		
Ah/5/4.1d	yang bukan saja sudah berbulan-bulan <b>menyusun</b> laporan,	√				
Ah/5/4.1e	tetapi juga sudah bertahun-tahun <b>berkutat</b> dibidangnya.	√				
Ah/5/4.2a	Saat sekarang, terhadap ekspertis pun sudah <b>terjadi</b> demokratisasi.	√				
Ah/5/4.3a	Siapa pun boleh <b>bicara</b> mengenai ilmu apa pun.			√		
Ah/5/4.4a	Melalui <i>internet</i> dan berbagai bacaan, orang-orang awam yang pandai bisa <b>mempelajari</b> ilmu tertentu, misalnya ilmu kedokteran atau bahkan ilmu bedahnya.	√				
Ah/5/4.5a	Namun, untuk menjadi ahli bedah yang handal, <b>ada</b> proses yang tidak bisa ditawar-tawar.					√
Ah/5/4.6a	<b>Dibutuhkan</b> jumlah praktek intensif berkualitas		√			
Ah/5/4.6b	untuk bisa <b>mengembangkan</b> keahlian ini.	√				
Ah/5/4.7a	Jadi, kita tetap bisa <b>meyakini</b>		√			
Ah/5/4.7b	bahwa proses <b>menjadi expert</b> ,				√	
Ah /5/4.7c	tidak <b>terjadi</b> dalam semalam.	√				
Ah/5/5.1a	Kita bisa <b>melihat</b> banyak lembaga atau organisasi yang 'memelihara' para ahli sampai usia yang terlalu lanjut,		√			
Ah/5/5.1b	tanpa <b>berpikir</b> keras untuk mempersiapkan suksesinya.		√			
Ah/5/5.2a	Ini tentu hal <b>berbahaya</b> pada saat organisasi berkembang.		√			
Ah/5/5.3a	Bisakah kita <b>meng-kloning</b> seorang ahli, misalnya saja <i>salesman</i> yang jagoan, dengan anak muda yang masih mentah?	√				
Ah/5/5.4a	Keahlian seorang <i>salesman</i> memang <b>nampaknya</b> sederhana,		√			
Ah/5/5.4b	tetapi perjuangannya, pengorbanannya, mawas diri dan proses belajarnya, sampai ia trampil melihat peluang, jago mendekati pelanggan, tahu kapan bertahan harga dan bernegosiasi, tidak bisa <b>dipelajari</b> dalam semalam.	√				
Ah/5/5.5a	<b>Tidak ada</b> jalan pintas.					√
Ah/5/5.6a	Waktu yang <b>dibutuhkan</b> seseorang untuk bisa mengklaim dirinya sebagai ahli,		√			
Ah/5/5.6b	umumnya <b>tidak kurang</b> dari 5 tahun sejak ia pertama berkecimpung di bidangnya.		√			

Ah/5/5.7a	Itu pun dengan perhitungan, ia <b>melakukan</b> praktik secara intensif	√				
Ah/5/5.7b	dan <b>melakukan</b> 'problem solving' secara terus-menerus.	√				
Ah/5/5.8a	Seorang ahli manajemen <b>menyatakan</b>			√		
Ah/5/5.8b	bahwa setiap organisasi perlu <b>memikirkan</b> untuk membangun kapasitas orang-orang melalui mentoring,		√			
Ah/5/5.8c	<b>yaitu</b> dengan menjadikan para ahli sebagai tempat bertanya,				√	
Ah/5/5.8d	tempat <b>menyelesaikan</b> masalah,	√				
Ah/5/5.8e	dan juga tempat <b>mengembangkan</b> kekuatan perusahaan misalnya "product knowledge", inovasi, atau servis.	√				
Ah/5/6.1a	Adakalanya kita <b>mendengar</b> bisik-bisik para CEO atau pemilik perusahaan:		√			
Ah/5/6.1b	"Saya tidak tahu harus berbuat apa tanpa dia",			√		
Ah/5/6.1c	bila <b>membicarakan</b> seseorang dengan keahlian khusus yang sangat dibutuhkan perusahaan.			√		
Ah/5/6.2a	Tentunya ketergantungan ini sangat tidak <b>sehat</b>		√			
Ah/5/6.2b	dan <b>berbahaya</b> .		√			
Ah/5/6.3a	Sampai-sampai Henry Ford pernah <b>menyatakan</b>			√		
Ah/5/6.3b	bahwa sebaiknya tidak <b>ada</b> seorang expert pun di perusahaan.					√
Ah/5/6.4a	Pernyataan ini tentu <b>menyesatkan</b> .	√				
Ah/5/6.5a	Bayangkan apa jadinya bila individu tidak <b>memelihara</b> ,	√				
Ah/5/6.5b	tidak <b>mempertajam</b> ,	√				
Ah/5/6.5c	bahkan <b>mentelantarkan</b> keahliannya?	√				
Ah/5/6.6a	Siapa yang akan <b>memberi</b> 'nilai' tambah pada perusahaan?	√				
Ah/5/6.7a	Siapa yang akan <b>mempercanggih</b> lembaga?	√				
Ah/5/6.8a	Tanpa expertis, lembaga akan <b>berhadapan</b> dengan 'potential loss' di depan mata.		√			
Ah/5/7.1a	Seorang ahli <b>mengatakan</b>			√		
Ah/5/7.1b	setidaknya untuk membentuk seseorang sampai <b>menjadi</b> ahli,				√	
Ah/5/7.1c	ia harus betul-betul ' <b>masuk</b> ' ke dalam kegiatan tersebut,	√				
Ah/5/7.1d	dan <b>mengalami</b> pahit manisnya.		√			
Ah/5/7.2a	Sambil <b>mendalaminya</b> ,	√				
Ah/5/7.2b	perlu <b>ada</b> tanya jawab yang sangat intensif baik oleh					√



	pembimbingnya, maupun oleh yang dilatih.					
Ah/5/7.3a	Mempertajam keahlian bisa <b>dilakukan</b> dengan mengembangkan pertanyaan pertanyaan perlu bersifat diagnostik,	√				
Ah/5/7.3b	dan selalu <b>diarahkan</b> pada <i>problem solving</i> yang empiris.		√			
Ah/5/7.4a	Kiatnya <b>adalah</b> : “ <i>OPPTY</i> ”: <i>observation, practice, partnering, problem solving</i> , dan <i>taking responsibility</i> .				√	
Ah/5/7.5a	Ternyata keahlian, tidak gampang <b>diwariskan</b> .	√				
Ah/5/7.6a	Perlu <b>ada</b> kegiatan yang serius untuk pengembangan ini.					√
Ah/5/7.7a	Hanya dengan ‘mengulik” secara intensif dan mendalam, seorang <i>expert</i> bisa <b>ditumbuhkan</b> .	√				
<b>Jumlah Proses = 99</b>		<b>37</b>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>7</b>
<b>Teks 6. DEKAT DIHATI</b>						
DD/6/1.1a	Banyak orang yang jago, ahli dan menguasai bidang kerjanya, <b>mengeluh</b> “suara”-nya tidak didengar			√		
DD/6/1.1b	atau bahkan kehadirannya <b>disepelekan</b> oleh rekan kerja lainnya.		√			
DD/6/1.2a	Seorang karyawan, Ani, dengan nada frustrasi <b>mengeluh</b> ,			√		
DD/6/1.2b	“Soal pengalaman dan hasil pekerjaan, saya lebih baik. Namun, rekan saya yang hasil kerjanya tidak hebat-hebat amat, lebih didengar. Dengan situasi ini, kecil kemungkinan saya bisa dipromosikan jadi <i>manager</i> ”.			√		
DD/6/1.3a	Lain lagi Ari, yang <b>bekerja</b> di perusahaan konsultan global terkenal.	√				
DD/6/1.4a	Proyek-proyeknya sangat <b>penting</b> .		√			
DD/6/1.5a	Dan, karena kesuksesannya, ia sering <b>diminta</b> menjadi pembicara di berbagai seminar.	√				
DD/6/1.6a	“Tapi, mengapa ya, saya punya ‘ <i>feeling</i> ’ bahwa orang tidak mengerti apa yang saya terangkan dan tidak mem-“ <i>buy in</i> ” apa yang saya anjurkan?”			√		
DD/6/1.7a	Bila kita <b>amati</b> , memang banyak sekali masalah ‘pengaruh’ di sekitar kita.		√			
DD/6/1.8a	Otoritas, pengangkatan seseorang menjadi direktur, manajer ataupun pejabat sekalipun, tidak <b>menjamin</b>		√			
DD/6/1.8b	ia bisa <b>diterima</b> ,		√			

DD/6/1.8c	<b>disayang,</b>		√			
DD/6/1.8d	<b>di-“buy in”</b>	√				
DD/6/1.8e	atau juga <b>dikenang</b> oleh orang di sekitarnya.		√			
DD/6/1.9a	Kita bisa <b>patuh</b> tanpa ‘suka’ pada pemimpin kita.	√				
DD/6/2.1a	Masyarakat memang bebas <b>membeli</b> simpati pada tokoh yang dipilihnya.	√				
DD/6/2.2a	Kita <b>melihat</b> banyak upaya pejabat untuk mengembangkan pencitraan dan kedekatan dengan rakyatnya.		√			
DD/6/2.3a	Kadang, semakin besar upayanya, malah ( <b>menjadi</b> ) semakin buruk pencitraannya.				√	
DD/6/2.4a	Setiap ungkapan, foto, bahkan pesan <i>twitter</i> -nya <b>dikomentari</b> negatif oleh masyarakat.			√		
DD/6/2.5a	Sebaliknya, minggu lalu, kita <b>melihat</b>		√			
DD/6/2.5b	bagaimana orang berbondong-bondong, <b>mengantarkan</b> Ustadz Jeffrey ke tempat peristirahatan terakhirnya.	√				
DD/6/2.6a	Dari berbagai penjuru lokasi, orang-orang <b>datang</b> untuk menyembahyangkan jenazahnya,	√				
DD/6/2.6b	<b>mengingat-ingat</b> kebbaikannya.		√			
DD/6/2.7a	Seolah-olah tidak seorang pun <b>punya</b> keinginan untuk cepat-cepat menghilangkan kenangan almarhum dari benak dan kehidupannya.				√	
DD/6/2.8a	Bahkan kerendahan hatinya, keinginan beliau untuk tidak menonjol pun, malah <b>menjadi</b> “signature voice”-nya.				√	
DD/6/2.9a	Terasa benar ia ( <b>menjadi</b> ) “dekat”, “disayang” dan “hadir” di hati masyarakat.				√	
DD/6/2.10a	Hampir-hampir, <b>tidak ada</b> satu media pun yang menyebut-nyebut hal negatif mengenai Uje.					√
DD/6/2.11a	Apa yang sudah <b>dilakukan</b> almarhum?	√				
DD/6/2.12a	Mengapa ia ( <b>menjadi</b> ) begitu dekat di hati?				√	
DD/6/3.1a	Kita <b>tahu</b> tidak sedikit orang memoles “tongkrongan” untuk meningkatkan pengaruh.		√			
DD/6/3.2a	Namun, sebaliknya, kita <b>melihat</b> tokoh yang tidak punya ‘tongkrongan’,		√			

DD/6/3.2b	seperti contohnya ibu Teresa, bisa <b>memimpin</b> barisan relawan yang jumlahnya beribu-ribu orang,	√				
DD/6/3.2c	<b>disayang,</b>		√			
DD/6/3.2d	<b>direspect,</b>		√			
DD/6/3.2e	<b>diikuti,</b>	√				
DD/6/3.2f	sama <b>berpengaruhnya</b> seperti wanita besi, Margareth Thatcher.		√			
DD/6/3.3a	Apa yang membuat pemimpin <b>mempunyai</b> 'keberadaan' kuat seperti ini?				√	
DD/6/3.4a	Apa yang membuat pengikut ' <b>jatuh cinta</b> ' pada pemimpinnya?		√			
DD/6/3.5a	Apa yang membuat bawahan <b>mengagumi</b>		√			
DD/6/3.5b	dan ' <b>percaya</b> ' pada apa yang dinyatakan pemimpinnya?		√			
DD/6/3.6a	Pendapat bahwa karakter yang <b>merupakan</b> 'bawaan' kepribadian,				√	
DD/6/3.6b	sangat <b>menentukan</b> pengaruh, tidak selalu benar,	√				
DD/6/3.6c	karena orang yang pendiam, kecil tidak 'keren' pun terkadang bisa <b>berpengaruh</b> .		√			
DD/6/3.7a	Berarti benar, <i>some things need to be believed to be seen,</i>			√		
DD/6/3.7b	<b>kata</b> orang.			√		
DD/6/4.1a	Dari beberapa contoh, kita bisa <b>belajar</b>	√				
DD/6/4.1b	bahwa otoritas pengikut atau masyarakat seringkali <b>diperoleh</b> seorang pemimpin	√				
DD/6/4.1c	setelah ia <b>membuktikan</b> "harga"-nya di depan 'mata-kepala' pengikutnya, bukan karena cerita atau kata-kata.	√				
DD/6/4.2a	Banyak orang <b>mengatakan</b>			√		
DD/6/4.2b	bahwa pemimpin harus <b>menjadi</b> model, contoh bagi pengikutnya.				√	
DD/6/4.3a	Namun, sering kali hal itu pun masih tidak <b>cukup</b> .		√			
DD/6/4.4a	Kita bisa <b>melihat</b>		√			
DD/6/4.4b	bahwa pamor yang dipancarkan seorang pemimpin benar-benar <b>datang</b> dari tingkah lakunya.	√				
DD/6/4.5a	Bila individu betul-betul serius ingin <b>mengembangkan</b> kedekatan dan pengaruhnya,		√			
DD/6/4.5b	ia mesti <b>terlihat</b> menciptakan hal-hal yang baik,		√			
DD/6/4.5c	bahkan perlu <b>membuktikan</b> kemampuannya menghadapi situasi-	√				

	situasi sulit, berkonflik, dan mendesak.					
DD/6/4.6a	Melalui situasi seperti itulah orang bisa <b>menyaksikan</b> obsesi, standar dan fokus kita sebagai pemimpin.		√			
DD/6/4.7a	Melalui situasi sehari-harilah orang <b>mengetahui</b>		√			
DD/6/4.7b	bagaimana kita <b>meng-‘approach’</b> orang lain,	√				
DD/6/4.7c	<b>berbicara</b> secara tulus dan jujur,			√		
DD/6/4.7d	dan bagaimana kita <b>menyalurkan</b> emosi kita secara positif.	√				
DD/6/5.1a	Kita tentu pernah <b>mendengar</b> cerita Bung Karno yang rutin mengunjungi rumah-rumah pegawai istana		√			
DD/6/5.1b	dan <b>menyomot</b> tempe goreng masakan dari dapur rumah pegawai.	√				
DD/6/5.2a	Bila kita <b>telaah</b> ,	√				
DD/6/5.2b	sebetulnya banyak hal yang bisa <b>dilakukan</b>	√				
DD/6/5.2c	untuk <b>menunjukkan</b> kita “hadir” untuk tim.	√				
DD/6/5.3a	Kepala pabrik, bisa <b>melakukan briefing</b> harian di lapangan	√				
DD/6/5.3b	dan kemudian <b>berkeliling</b> pabrik untuk menegur dan menyapa bawahan.	√				
DD/6/5.4a	Kepala sekolah, kadang perlu <b>berdiri</b> di gerbang masuk,	√				
DD/6/5.4b	<b>memberi</b> salam pagi pada setiap murid.	√				
DD/6/5.5a	CEO pun bisa <b>memilih</b> untuk tidak berada di ruangan terpisah, makan siang dikantin, bisa disapa dan didatangi siapa saja.	√				
DD/6/5.6a	Semua tingkah laku ini <b>adalah</b> contoh				√	
DD/6/5.6b	bagaimana orang bisa <b>memancarkan</b> pamornya yang didasari ketulusan, nilai-nilai yang jelas, dan keyakinan diri.		√			
DD/6/5.7a	<b>Tidak ada</b> kekhawatiran					√
DD/6/5.7b	bahwa kedekatan <b>membuat</b> anak buah “kurang ajar”.	√				
DD/6/5.8a	Tidak <b>ditemui</b> juga niat untuk “jaga <i>image</i> ”.	√				
DD/6/5.9a	Bisa kita <b>bayangkan</b> ,		√			
DD/6/5.9b	bagaimana reaksi para ‘ <i>follower</i> ’ bila pemimpin seperti ini <b>mengajak</b> untuk melakukan sesuatu.	√				
DD/6/5.10a	Otoritas tidak <b>penting</b> di sini,		√			
DD/6/5.10b	otoritas seolah sudah <b>mengalir</b> dalam diri pemimpinnya.	√				
DD/6/6.1a	<b>Membraur</b> dengan bawahan atau rakyat,	√				

DD/6/6.1b	<b>bukan berarti</b> kita benar-benar ‘menyamakan’ diri.				√	
DD/6/6.2a	Sebagai leader, kita <b>mempunyai</b> kewajiban memberi arah.					√
DD/6/6.3a	Namun, dari ‘pengalaman’ menghadapi satu situasi bersama, bawahan akan <b>merekatkan</b> perasaannya pada <i>leadernya</i> .		√			
DD/6/6.4a	Itu sebabnya, mau tidak mau, pemimpin perlu <b>berhati-hati</b> dalam tindakannya.		√			
DD/6/6.5a	Pemimpin perlu <b>memiliki</b> ketajaman persepsi dan kesiapan ekstra.	√				
DD/6/6.6a	Kesalahan atau masalah, perlu <b>ditangani</b> dengan bijaksana,	√				
DD/6/6.6b	tidak <b>diulang</b> .	√				
DD/6/6.7a	Bahkan, orang lain perlu <b>menyaksikan</b>		√			
DD/6/6.7b	bahwa kita sebagai pemimpin <b>memiliki</b> jiwa pembelajar	√				
DD/6/6.7c	dan <b>berguru</b> pada pengalaman.	√				
DD/6/6.8a	Walau kita <b>tahu</b>		√			
DD/6/6.8b	bahwa pemimpin perlu <b>mempunyai</b> visi dan pandangan jauh ke depan,				√	
DD/6/6.8c	orientasi ‘ <i>here and now</i> ’-nya tetap harus <b>kuat</b> .		√			
DD/6/7.1a	Keberadaan pemimpin sangat <b>berpengaruh</b> pada spirit anak buah,		√			
DD/6/7.1b	untuk itu ia perlu <b>hadir</b> dalam proses,					√
DD/6/7.1c	“ <i>being in the zone</i> ”.			√		
DD/6/7.2a	Jadi, seorang pemimpin tidak bisa <b>membiarkan</b> dirinya tidak tahu apa-apa,		√			
DD/6/7.2b	apalagi <b>mengatakan</b>			√		
DD/6/7.2c	bahwa saat kesalahan terjadi, ia kebetulan tidak <b>hadir</b> di situ.					√
DD/6/7.3a	Tindakan seperti ini bukan sekedar <b>menandakan</b> tidak bertanggung jawabnya seorang pemimpin, tapi juga ketidakmampuannya untuk berlaku sebagai pemimpin.	√				
DD/6/7.4a	Pemimpin perlu <b>bertindak</b> apa adanya,	√				
DD/6/7.4b	<b>merasa</b> ‘comfortable’ dengan dirinya,		√			
DD/6/7.4c	sehingga <b>membiarkan</b> dirinya terekspresikan apa adanya.		√			
DD/6/7.5a	Kita perlu <b>ingat</b> ,		√			
DD/6/7.5b	kehadiran ( <b>adalah</b> ) bukan suatu respons				√	
DD/6/7.5c	melainkan suatu pancaran yang <b>di’rasa’kan</b> orang lain, secara		√			

	kontinyu.					
DD/6/7.6a	Bukan sekali-sekali.					
<b>Jumlah Proses = 107</b>		<b>39</b>	<b>40</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>5</b>
<b>Teks 7. BERBAHAGIA</b>						
BB/7/1.1a	Bahagia di tempat kerja jelas hal <b>penting</b> .		√			
BB/7/1.2a	Kita bisa <b>bayangkan</b> betapa tidak cuma produktivitas dan kinerja yang terganggu		√			
BB/7/1.2b	bila individu tidak <b>happy</b> dalam bekerja,		√			
BB/7/1.2c	lingkungan kerja pun pasti jadi <b>terasa</b> berat dan melelahkan.		√			
BB/7/1.3a	Tak <b>heran</b>		√			
BB/7/1.3b	bila banyak organisasi <b>membuat</b> survey untuk memahami seberapa <b>happy</b> dan puasnya karyawan,	√				
BB/7/1.3c	bahkan <b>mengukur</b> perkembangan keakraban, keterikatan emosi dan kebahagiaan karyawan.	√				
BB/7/1.4a	Hasil <b>survey</b> akan <b>menjadi</b> dasar untuk mendalami aspek				√	
BB/7/1.4b	yang <b>menjadi</b> penyebab tidak bahagiannya karyawan				√	
BB/7/1.4c	dan faktor apa yang bisa <b>membuat</b> karyawan lebih bahagia.	√				
BB/7/1.5a	Bila mayoritas karyawan <b>menyampaikan</b>			√		
BB/7/1.5b	bahwa uang bukan faktor terpenting yang <b>membawa</b> kebahagiaan,	√				
BB/7/1.5c	maka manajemen akan <b>memutar</b> otak	√				
BB/7/1.5d	dan <b>berpaling</b> pada sikap atasan.		√			
BB/7/1.6a	Atasannya yang perlu <b>membuat</b> bawahan lebih bahagia.	√				
BB/7/1.7a	Bila keluhan berkisar seputar ' <i>work life balance</i> ', maka jam kerja yang akan <b>ditilik</b> ,		√			
BB/7/1.7b	<b>disorot</b> ,		√			
BB/7/1.7c	<b>dibenahi</b> ,	√				
BB/7/1.7d	bahkan <b>diperpendek</b> .	√				
BB/7/1.8a	Padahal, di sisi lain, si pekerja keras, <b>membutuhkan</b> jam kerja panjang untuk berprestasi 'lebih'		√			
BB/7/1.8b	dan <b>menjadi</b> ' <i>the best</i> '.				√	
BB/7/1.9a	Belum lagi kita <b>bicarakan</b> ketidakjelasan kebijakan, main politik, perubahan yang tidak masuk akal dan segala faktor			√		

BB/7/1.9b	yang dengan otomatis akan <b>membuat</b> hati bingung, gundah dan tidak aman.	√				
BB/7/1.10a	Begitu kompleksnya faktor yang <b>menciptakan</b> rasa bahagia ini,	√				
BB/7/1.10b	sehingga kadang teori manapun yang digunakan sulit untuk <b>menjawab</b> apa yang bisa mendongkrak semangat dan prestasi karyawan lagi.			√		
BB/7/1.11a	Kita pun segera bisa <b>melihat</b> kebenaran pendapat ahli		√			
BB/7/1.11b	yang <b>mengatakan</b>			√		
BB/7/1.11c	bahwa <b>mempengaruhi</b> motivasi karyawan dengan faktor eksternal hanyalah mitos,		√			
BB/7/1.11d	karena tidak bisa <b>membuat</b> rasa bahagia karyawan bertahan lama.	√				
BB/7/2.1a	Kadang kita <b>lupa</b>		√			
BB/7/2.1b	dan memang tidak <b>terpikir</b>		√			
BB/7/2.1c	bahwa kebahagiaan tidak selalu <b>merupakan</b> konsekuensi dari tindakan tertentu.				√	
BB/7/2.2a	Bukankah banyak pesan bijak yang <b>menganjurkan</b> tiap individu untuk mengupayakan kebahagiaan dirinya sendiri?			√		
BB/7/2.3a	Misalnya saja, dalam situasi pernikahan yang diharapkan setidaknya <b>survive</b> paling tidak setengah abad.		√			
BB/7/2.4a	Kita sering <b>mendengar</b> pesan perkawinan		√			
BB/7/2.4b	yang <b>mengatakan</b>			√		
BB/7/2.4c	bahwa kitalah yang harus <b>menjadi</b> subyek perkawinan				√	
BB/7/2.4d	dan bukan ( <b>menjadi</b> ) obyek atau bahkan korban perkawinan tersebut.				√	
BB/7/2.5a	Kita yang harus <b>aktif</b> membahagiakan diri.		√			
BB/7/2.6a	Ini <b>berarti</b> , bahagia bukanlah status,				√	
BB/7/2.6b	tetapi sifatnya ( <b>adalah</b> ) aktif				√	
BB/7/2.6c	dan <b>berbentuk</b> tindakan, alias “kata kerja”.				√	
BB/7/2.7a	Jadi dalam konteks bekerja, individu tidak bisa <b>meletakkan</b> kebahagiaannya semata pada faktor eksternal di luar dirinya,	√				
BB/7/2.7b	namun kita sebagai pekerjalah yang harus <b>berbahagia</b> sendiri.		√			
BB/7/2.8a	Manajemen pun tidak bisa selalu <b>berkutat</b> pada hal-hal eksternal di luar individu,		√			

BB/7/2.8b	tetapi justru <b>memikirkan</b> bagaimana individu berbahagia dengan tugasnya, timnya, perusahaannya,		√			
BB/7/2.8c	dan secara aktif pula <b>mengupayakan</b> kebahagiaannya.	√				
BB/7/3.1a	Masih banyak orang <b>berpendapat</b>			√		
BB/7/3.1b	bahwa professional sejati perlu lebih <b>mengedepankan</b> “ <i>thinking</i> ” atau kekuatan berpikir, daripada kekuatan rasa atau emosi.		√			
BB/7/3.2a	<b>Menampilkan</b> emosi, saat mengambil keputusan atau adu argumen dalam diskusi,		√			
BB/7/3.2b	bahkan <b>dianggap</b> kurang profesional.		√			
BB/7/3.3a	Jadi, apakah kira-kira kita seperti Mr Spock dalam Star Trek yang <b>mengatakan</b> :			√		
BB/7/3.3b	“ <i>Emotions are alien to me. I’m a scientist.</i> ”?			√		
BB/7/3.4a	Padahal, jelas kita tidak bisa <b>meninggalkan</b> emosi kita di rumah atau di tempat parkir.		√			
BB/7/3.5a	Di tempat kerja, kita pasti akan <b>resah</b>		√			
BB/7/3.5b	bila <b>menghadapi</b> muka-muka tembok tanpa ekspresi.	√				
BB/7/3.6a	Maukah kita <b>bekerja</b> hanya karena diperbudak gaji, tanpa keterlibatan emosi dan motivasi,	√				
BB/7/3.6b	yang kesemuanya <b>adalah</b> aspek emosional?				√	
BB/7/3.7a	Bila kita <b>mengupayakan</b> spirit dan motivasi karyawan yang bersumber dari <i>happiness</i> -nya,	√				
BB/7/3.7b	jelas kita perlu <b>mendalami</b> keadaan emosi manusia.	√				
BB/7/4.1a	Sistem manusia tidak mungkin <b>bekerja</b> tanpa emosi.	√				
BB/7/4.2a	Bagaimana mungkin orang <b>mengambil</b> keputusan tanpa berempati?	√				
BB/7/4.3a	<b>Ada</b> cerita mengenai seorang karyawan hotel					√
BB/7/4.3b	yang mau bersusah payah <b>mencarikan</b> <i>aquarium</i> kecil untuk ikan mas yang dibawa tamu ciliknya.	√				
BB/7/4.4a	Ia sampai <b>meminjam</b> ke hotel tetangga.	√				
BB/7/4.5a	Ketika <b>ditanya</b>			√		
BB/7/4.5b	mengapa ia <b>menjalankan</b> tindakan di luar standar operasi,	√				
BB/7/4.5c	ia <b>mengatakan</b> ,			√		
BB/7/4.5d	“Bisakah Anda membayangkan anak yang semalaman merasa			√		



	khawatir dan orang tua yang gelisah menginap di hotel kita?”					
BB/7/4.5e	“Saya ingin bekerja untuk pelanggan yang <i>‘happy’</i> , supaya saya juga <i>happy</i> .”			√		
BB/7/4.6a	Hubungan tim pun tidak mungkin kalau tidak <b>mengandung</b> unsur pertemanan yang melibatkan emosi.				√	
BB/7/4.7a	Seorang karyawan <i>Southwest Airlines</i> <b>berkomentar</b> ,			√		
BB/7/4.7b	“Tempat ini begitu seru. Saya tidak bisa <i>resign</i> , karena teman-teman kerja di sini terlalu asik”.			√		
BB/7/4.8a	Perusahaan yang berhasil <b>menjaga</b> motivasi karyawannya,	√				
BB/7/4.8b	<b>sadar</b> betul akan hal ini,		√			
BB/7/4.8c	bahkan <b>memberi</b> ruang	√				
BB/7/4.8d	agar karyawan <b>menjadikan</b> perusahaan tempat mengekspresikan emosinya, baik dalam diskusi, bersikap, bertindak, menghasilkan produk, juga mengambil keputusan.	√				
BB/7/5.1a	<b>Menciptakan</b> ruang emosi,	√				
BB/7/5.1b	bukan secara harafiah <b>menciptakan</b> ruang untuk menangis, marah-marah, atau sejenisnya.	√				
BB/7/5.2a	Hal yang diperlukan justru <b>memeriksa</b> <i>‘job loading’</i> ,	√				
BB/7/5.2b	di mana setiap tugas <b>dianalisis</b> kembali bobot keasikannya, tantangannya,	√				
BB/7/5.2c	<b>menambah</b> bobot pada hal-hal yang menggugah emosi,	√				
BB/7/5.2d	termasuk <b>melakukan</b> rotasi dan mendelegasi,	√				
BB/7/5.2e	termasuk <b>menghilangkan</b> birokrasi berbelit-belit yang membuat karyawan merasa lelah atau tidak berarti.	√				
BB/7/5.3a	Belajar, berkreasi dan bekerjasama <b>dibuat</b> kencang,	√				
BB/7/5.3b	<b>diharuskan</b> ,		√			
BB/7/5.3c	sekaligus <b>dijaga</b> agar konstruktif.	√				
BB/7/5.4a	Grup hotel Shangrilla berhasil <b>menjaga</b> motivasi karyawan justru dari <i>“Listening meetings”</i> ,	√				
BB/7/5.4b	di mana karyawan yang <b>berbuat</b> salah	√				
BB/7/5.4c	malah <b>diberi</b> kesempatan bicara dan didengarkan.	√				
BB/7/5.5a	Kesalahan <b>dibedah</b> bukan dengan suasana negatif, tetapi konstruktif.	√				

BB/7/5.6a	Melalui meeting itu, <b>diadakan</b> perbaikan standar, ceklis, juga perbaikan sikap.					√
BB/7/5.7a	Dengan cara ini, turnover karyawan malah bisa <b>ditekan</b>		√			
BB/7/5.7b	dan karyawan lebih <b>'happy'</b> .		√			
BB/7/5.8a	<i>Worklife balance</i> , sikap atasan, bukannya tidak <b>penting</b> ,		√			
BB/7/5.8b	namun sifatnya lebih <b>"bumbu"</b> (menambah-nambahkan) saja,		√			
BB/7/5.8c	sementara pekerjaannya sendiri tetap <b>menjadi</b> inti dan sumber utama <i>happiness</i> karyawan.				√	
BB/7/5.9a	Penelitian ahli teori motivasi Herzberg yang terakhir, juga <b>mengemukakan</b>			√		
BB/7/5.9b	bahwa hal yang lebih terbuka untuk dikotak-katik <b>adalah</b> esensi dari pekerjaan yang dilakukan.				√	
BB/7/5.10a	Manajemen perlu benar-benar <b>memikirkan</b> bagaimana 'mengawinkan' individu dengan pekerjaannya,	√				
BB/7/5.10b	sehingga individu memang <b>membahagiakan</b> dirinya sendiri.		√			
BB/7/5.11a	Bila ini <b>terjadi</b> ,	√				
BB/7/5.11b	hal-hal lain, pasti akan <b>mengikutinya</b> .	√				
<b>Jumlah Proses = 103</b>		<b>41</b>	<b>31</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>2</b>
<b>Teks 8. MENDENGARKAN</b>						
Men/8/1.1a	Bila <b>berbicara</b> dengan orang yang sudah sepuh, berusia di atas 80-an,			√		
Men/8/1.1b	kita tentu <b>menyadari</b>		√			
Men/8/1.1c	bahwa untuk <b>memasukkan</b> isi pembicaraan kita ke dalam pemahamannya,	√				
Men/8/1.1d	biasanya kita perlu <b>berbicara</b> dengan volume lebih keras, lebih perlahan,			√		
Men/8/1.1e	<b>menggunakan</b> kata sederhana dan mudah dimengerti,	√				
Men/8/1.1f	juga <b>membatasi</b> kata-kata kita.	√				
Men/8/1.2a	Mengapa?					
Men/8/1.3a	Nenek atau kakek ini, meskipun <b>menunjukkan</b> usaha untuk mendengarkan apa yang kita bicarakan,	√				
Men/8/1.3b	namun kemampuan reseptif alias kemampuan mencernanya sudah	√				

	tidak 100% <b>bekerja</b> lagi.					
Men/8/1.4a	Kebanyakan, memori mereka sudah tidak lagi <b>sempurna</b> untuk mengaitkan apa yang baru diterimanya.		√			
Men/8/1.5a	Bisakah kita <b>bayangkan</b> dalam posisi seperti orang tua tersebut?		√			
Men/8/1.6a	Tentu kemampuan kita dalam menerima informasi <b>menjadi</b> sangat terbatas.				√	
Men/8/1.7a	Kita mungkin sering tidak <b>menyadari</b>		√			
Men/8/1.7b	bahwa dengan kemampuan mendengar yang sempurna sekalipun, kita kerap tidak <b>mencerap</b> informasi secara keseluruhan.		√			
Men/8/2.1a	Pernahkah di dalam rapat, kita <b>memikirkan</b> hal lain		√			
Men/8/2.1b	atau <b>berbicara</b> sendiri dengan orang di sebelah kita			√		
Men/8/2.1c	karena <b>ada</b> agenda pembicaraan lain di luar topik yang tengah dibicarakan dalam rapat?					√
Men/8/2.2a	Bisa jadi, kita <b>menatap</b> lawan bicara,		√			
Men/8/2.2b	<b>mendengar</b> semua kata-katanya,		√			
Men/8/2.2c	<b>mengangguk-angguk</b> seolah mengerti,	√				
Men/8/2.2d	namun sebetulnya tidak <b>menyerap</b>		√			
Men/8/2.2e	dan <b>mengolah</b> informasi yang kita terima.		√			
Men/8/2.3a	<b>Ada</b> orang yang sibuk dengan pikirannya sendiri,					√
Men/8/2.3b	<b>ada</b> yang bersiap-siap untuk membantah,					√
Men/8/2.3c	<b>ada</b> juga orang yang tidak mengerti tetapi tidak menyatakannya.					√
Men/8/2.4a	Apa akibatnya?					
Men/8/2.5a	Topik pembicaraan yang <b>didiskusikan</b> ,			√		
Men/8/2.5b	tidak sempat kita kembangkan <b>menjadi</b> tindak lanjut yang berarti dan serius.				√	
Men/8/2.6a	Bayangkan berapa banyak waktu yang kita <b>uang-buang</b>	√				
Men/8/2.6b	dengan tidak benar-benar <b>mendengarkan</b> apa yang dikatakan orang lain?		√			
Men/8/2.7a	Kita jelas tidak <b>menambah</b> pengetahuan, wawasan kita dari diskusi yang terjadi.	√				
Men/8/2.8a	Bagaimana kita bisa <b>mengembangkan</b> solusi, tindak lanjut dan keputusan yang tajam				√	

Men/8/2.8b	bila tidak benar-benar <b>mendengarkan?</b>		√			
Men/8/3.1a	Mendengarkan tidak <b>sama dengan</b> mendengar kita tahu				√	
Men/8/3.1b	bahwa berkat dari alam semesta, <b>yaitu</b> kemampuan mendengar,				√	
Men/8/3.1c	<b>dimiliki</b> hampir semua orang.	√				
Men/8/3.2a	Kita <b>mengindrai</b> suara secara otomatis.		√			
Men/8/3.3a	Namun, dengan akal budi yang kita miliki, manusia sebenarnya bisa <b>memanfaatkan</b> pendengaran dan indra lainnya secara lebih.	√				
Men/8/3.4a	Koordinasi panca indra bisa <b>mengaktifkan</b> untuk mengaktifkan intuisi	√				
Men/8/3.4b	atau sering <b>diistilahkan</b> orang sebagai indra ke-6.			√		
Men/8/3.5a	Dengan sedikit upaya lebih, selain mendengar, kita bisa <b>membaca</b> pesan-pesan <i>nonverbal</i> yang disampaikan orang.		√			
Men/8/3.6a	Di sini, atensi kita juga sangat <b>penting</b> .		√			
Men/8/3.7a	Dengan mengaktifkan indra kita secara serius, fungsi interpretasi dalam pemikiran kita <b>terdorong</b> untuk bekerja intensif		√			
Men/8/3.7b	dan mulai <b>mengaktifkan</b> memori jangka panjang maupun jangka pendek,	√				
Men/8/3.7c	kemudian <b>meramunya</b> dengan informasi yang baru masuk.	√				
Men/8/3.8a	Disinilah proses pemahaman <b>bekerja</b> dengan lebih baik.	√				
Men/8/4.1a	Bila berita yang masuk optimal, berita tersebut sudah <b>terolah</b> melalui proses interpretasi yang sempurna,	√				
Men/8/4.1b	maka si pendengar bisa <b>berespons</b> ,			√		
Men/8/4.1c	bisa <b>menyimpannya</b> di dalam memori,	√				
Men/8/4.1d	<b>membuat</b> penilaian	√				
Men/8/4.1e	dan <b>menjawab</b> sesuai dengan pemikiran dan pendapatnya.			√		
Men/8/4.2a	Disinilah kita bisa <b>membedakan</b> pendengar dengan atensi yang kuat dengan yang lemah.		√			
Men/8/4.3a	Orang yang <b>dikatakan</b> pendengar yang baik,			√		
Men/8/4.3b	<b>memfokuskan</b> atensi		√			
Men/8/4.3c	dan sudah biasa <b>memproses</b> hasil pendengarannya.	√				
Men/8/4.4a	Betapa " <i>powerful</i> "-nya individu yang bisa <b>memanfaatkan</b> proses sederhana ini, untuk membantu dirinya dalam memberi solusi,	√				

Men/8/4.4b	juga <b>mengambil</b> keputusan dengan tepat sasaran dan terarah.	√				
Men/8/4.5a	Tidakkah kita ingin bisa juga <b>menjadi</b> pendengar yang baik?				√	
Men/8/5.1a	Kita <b>tahu</b>		√			
Men/8/5.1b	bahwa perusahaan servis banyak <b>menyediakan</b> pos-pos 'customer service' untuk mendengarkan keluhan pelanggan.	√				
Men/8/5.2a	Bahkan, pos-pos pelayanan pelanggan ini pun " <b>beroperasi</b> " juga di sosial media.	√				
Men/8/5.3a	Namun, kita pun <b>menyaksikan</b>		√			
Men/8/5.3b	betapa banyak perusahaan ini seolah tidak <b>coba</b> betul-betul memahami, berempati dan menindaklanjuti keluhan pelanggan tersebut.	√				
Men/8/5.4a	Ini tentu malah <b>menjadi</b> masalah baru,				√	
Men/8/5.4b	karena pelanggan jadi makin <b>kesal</b>		√			
Men/8/5.4c	dan <b>frustrasi</b> .		√			
Men/8/5.5a	Mengapa hal ini <b>terjadi</b> ?	√				
Men/8/5.6a	Permasalahannya <b>adalah</b> mendengar saja tidak berarti otomatis menyelesaikan masalah.				√	
Men/8/5.7a	Setiap keluhan pelanggan <b>adalah</b> 1 kasus yang tidak hanya perlu didengar dan dipahami,				√	
Men/8/5.7b	tapi harus <b>dibedah</b>	√				
Men/8/5.7c	dan <b>diproses</b> sampai tuntas.	√				
Men/8/5.8a	Andaikata saja kita <b>menyediakan</b> waktu cukup untuk mencerna dan memproses berita yang sampai dan menindaklanjutinya,	√				
Men/8/5.8b	kita bisa <b>mendapatkan</b> banyak manfaat	√				
Men/8/5.8c	ketimbang <b>mengacuhkannya</b> .		√			
Men/8/5.9a	Garuda Indonesia, misalnya, melalui <i>twitter</i> <b>menanggapi</b> keluhan pelanggan mengenai keterlambatan dengan sopan dan informatif.		√			
Men/8/5.10a	Alhasil, si pelanggan yang kebetulan mempunyai banyak follower ini <b>mengucapkan</b> terima kasih secara terbuka pula.			√		
Men/8/5.11a	Alangkah besar pengaruh positif yang <b>didapat</b>	√				
Men/8/5.11b	bila kita betul-betul serius <b>mendengarkan</b> keluhan pelanggan.		√			
Men/8/6.1a	Kita sering <b>menjadikan</b> kegiatan mendengar ini sekedar jargon dan 'take for granted'.	√				

Men/8/6.2a	Apa buktinya?					
Men/8/6.3a	Apakah kita terbiasa <b>mencatat</b> apa yang dikatakan orang lain dalam rapat?	√				
Men/8/6.4a	Apakah kita <b>mengolah</b> dulu apa yang kita dengar kemudian baru berespons?		√			
Men/8/6.5a	Apakah dalam <i>'talkshow'</i> kita sempat <b>menunggu</b> orang lain selesai bicara tanpa sibuk mempersiapkan apa yang akan kita katakan?	√				
Men/8/6.6a	Apakah dalam menginterview kita serius <b>melakukan</b> <i>'probing'</i> alias sambungan pertanyaan	√				
Men/8/6.6b	dari apa yang sudah <b>diceriterakan</b> orang?			√		
Men/8/6.7a	Kalau kita tidak <b>memahami</b> istilah tertentu,		√			
Men/8/6.7b	apakah kita <b>melakukan</b> pendalaman	√				
Men/8/6.7c	dan <b>menanyakan</b> apa artinya istilah tersebut?			√		
Men/8/6.8a	Apakah kita betul-betul <b>mendengarkan</b> ,		√			
Men/8/6.8b	bukan hanya pura-pura <b>terlihat</b> melibatkan emosi kita dalam suatu percakapan?		√			
Men/8/7.1a	<b>Ungkapan</b> para ahli komunikasi			√		
Men/8/7.1b	bahwa mendengar lebih penting dari berbicara memang <b>memerlukan</b> praktek yang jelas.	√				
Men/8/7.2a	Kita tidak bisa <b>mendengar</b> sepotong-sepotong.		√			
Men/8/7.3a	Kita juga tidak bisa <b>mengklaim</b> telah mendengar	√				
Men/8/7.3b	bila tidak <b>mengendapkan</b>	√				
Men/8/7.3c	dan <b>mengkaitkan</b> informasi yang masuk dengan memori dan pengetahuan kita.		√			
Men/8/7.4a	Jadi, proses <b>mendengarkan</b> lawan bicara,		√			
Men/8/7.4b	walaupun terlihat cepat dan sederhana, <b>adalah</b> proses yang kompleks dan lengkap.				√	
Men/8/7.5a	Jadi bukannya <b>bicara</b> ,			√		
Men/8/7.5b	tetapi mendengarkanlah yang harus <b>dikembangkan</b> dalam budaya kita.		√			
Men/8/7.6a	Mendengarkan jauh lebih <b>penting</b> daripada kegiatan berkoar-koar		√			
Men/8/7.6b	<b>mengatakan</b> bahwa perusahaan, lembaga, atau negara kita ini terbaik.			√		

Men/8/7.7a	<b>Bisa</b> kita bayangkan	√				
Men/8/7.7b	bila dalam organisasi kita, semua orang rajin <b>mendengar</b> ,		√			
Men/8/7.7c	<b>mencatat</b> ,	√				
Men/8/7.7d	dan <b>mencerna</b> ,		√			
Men/8/7.7e	serta <b>menindak lanjuti</b> baik permintaan pelanggan ataupun kejadian di pasar,	√				
Men/8/7.7f	alangkah <b>majunya</b> kita.		√			
<b>Jumlah Proses = 105</b>		<b>40</b>	<b>37</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>4</b>
<b>Teks 9. MARTABAT</b>						
Mar/9/1.1a	Dalam situasi silaturahmi, ketika orang tua <b>bertemu</b> dengan teman anaknya atau, lebih jauh lagi, calon menantunya,	√				
Mar/9/1.1b	sering pertanyaan yang terlontar pertama kali <b>adalah</b> ,				√	
Mar/9/1.1c	"Anak siapa kamu?".			√		
Mar/9/1.2a	Meski jaman semakin modern, kita memang tetap <b>memperhatikan</b> kriteria " <i>bibit, bebet, bobot</i> " sebagai radar		√			
Mar/9/1.2b	untuk <b>menimbang</b> martabat seseorang.		√			
Mar/9/1.3a	Ukuran seperti asal usul, latar belakang keluarga, profesi, pekerjaan, jabatan, kepintaran masih <b>menjadi</b> faktor krusial yang ditimbang-timbang oleh keluarga.				√	
Mar/9/1.4a	Situasi seperti ini, membuat kita pun seringkali <b>tergerak</b> untuk menjawab "siapa kita"		√			
Mar/9/1.4b	dan siapa anggota keluarga yang baru <b>masuk</b> ,	√				
Mar/9/1.4c	dan <b>menimbang</b> 'martabat'-nya.		√			
Mar/9/1.5a	Pada saat itulah kita seolah sedang <b>menimbang</b> "harga" kita di mata masyarakat.		√			
Mar/9/2.1a	Kita tidak bisa <b>menutup</b> mata	√				
Mar/9/2.1b	bahwa orang-orang yang dinilai "bergengsi" di masyarakat biasanya <b>adalah</b> mereka yang punya mobil bagus dan rumah megah.				√	
Mar/9/2.2a	Anak muda, anak kecil, calon mertua, bahkan tetangga akan berdecak <b>kagum</b> melihat individu yang datang dengan mobil mewah dan penampilan mentereng.		√			
Mar/9/2.3a	Kita pun kerap <b>melihat</b> uang		√			
Mar/9/2.3b	bisa <b>menjadi</b> daya tarik yang 'sexy' bagi wanita-wanita cantik				√	

Mar/9/2.3c	untuk <b>berminat</b> digauli pria tua yang tidak mungkin memenuhi kriteria sebagai pria idolanya.		√			
Mar/9/2.4a	Kita sering <b>terkagum-kagum</b> dengan penampilan luar individu,		√			
Mar/9/2.4b	dan tiba-tiba tidak lagi <b>memikirkan</b>		√			
Mar/9/2.4c	atau <b>mempertanyakan</b> kualitas diri si empunya, apa karya dan prestasinya.			√		
Mar/9/2.5a	Padahal, <b>ada</b> juga orang yang cukup terpandang dan banyak berkarya,					√
Mar/9/2.5b	namun tidak terlalu <b>mempedulikan</b> apa kata masyarakat tentang dirinya,		√			
Mar/9/2.5c	bahkan <b>bergaya</b> “ <i>dressing down</i> ”,	√				
Mar/9/2.5d	sehingga dalam pertemuan-pertemuan tidak <b>dikenali</b> sebagai “ <i>somebody</i> ”.		√			
Mar/9/2.6a	Benarkah kita sudah begitu <b>silau</b> oleh materialisme,		√			
Mar/9/2.6b	sampai-sampai tidak bisa lagi <b>membedakan</b> mana orang yang benar-benar berhak bergengsi dan yang hanya bergengsi karena uangnya?		√			
Mar/9/2.7a	Apakah kita memang sudah <b>menggeser</b> cara menilai kualitas manusia		√			
Mar/9/2.7b	atau memang sudah tidak menganggap <b>penting</b> nilai-nilai yang pada era lalu masih banyak dijadikan patokan masyarakat?		√			
Mar/9/3.1a	Mengetahui betapa <b>ada</b> orang					√
Mar/9/3.1b	sampai <b>mempunyai</b> mobil mewah lebih daripada yang mungkin bisa dikonsumsi dan dinikmatinya,				√	
Mar/9/3.1c	kita tentu <b>tergelitik</b> untuk berpikir:		√			
Mar/9/3.1d	apa sebetulnya yang kita <b>kejar</b>	√				
Mar/9/3.1e	dan apa yang <b>butuhkan</b> untuk bisa puas dan punya “nilai” di mata masyarakat?		√			
Mar/9/3.2a	Kita tentu <b>familiar</b> dengan 5 aspek piramida kebutuhan dari psikolog gaek, Abraham Maslow,		√			
Mar/9/3.2b	yang sudah <b>dikenal</b> sejak tahun 1940-an.		√			
Mar/9/3.3a	Kita tidak banyak <b>mengetahui</b>		√			
Mar/9/3.3b	bahwa pada tahun 1970-an piramida kebutuhan tersebut sudah	√				



	<b>ditambah</b> dengan dua aspek,					
Mar/9/3.3c	<b>yaitu</b> kognitif (kebutuhan untuk mengembangkan pengetahuan, mengasah intelektualitas, memahami arti dari apa yang dikerjakan) dan estetika (apresiasi terhadap seni, keindahan, tren, keseimbangan).				√	
Mar/9/3.4a	Pada tahun 1990, teori Maslow bahkan <b>dikembangkan</b> lagi dengan " <i>transcendence needs</i> " di puncak piramida,		√			
Mar/9/3.4b	<b>yaitu</b> kebutuhan untuk menolong orang lain mencapai aktualisasi diri.				√	
Mar/9/3.5a	Jelas-jelas kebutuhan materialistis <b>letaknya</b> di bagian bawah piramida saja.	√				
Mar/9/3.6a	Kita pun bisa jadi <b>bertanya-tanya</b> ,			√		
Mar/9/3.6b	inikah yang sering <b>membuat</b> individu tidak bisa membuat batas kepuasan?	√				
Mar/9/3.7a	Bisakah kita tidak <b>mendekatkan</b> kesuksesan dengan pangkat dan kekuatan finansial?	√				
Mar/9/3.8a	Teori Maslow <b>mengingat</b>		√			
Mar/9/3.8b	bahwa bila kebutuhan sandang pangan sudah <b>terpenuhi</b> ,		√			
Mar/9/3.8c	bila kita sudah <b>mempunyai</b> sedikit tabungan masa depan,				√	
Mar/9/3.8d	marilah kita mulai <b>memikirkan</b> orang lain dan hubungan kita dengan orang lain.		√			
Mar/9/3.9a	Rasa berharga dan bermartabat sebetulnya bisa kita <b>peroleh</b> dari dalam diri, keluarga, profesi dan pekerjaan	√				
Mar/9/3.9b	yang bisa <b>menolong</b> orang	√				
Mar/9/3.9c	dan <b>memberi</b> kebaikan.	√				
Mar/9/3.9d	Inilah yang bisa <b>membuat</b> hidup kita puas.	√				
Mar/9/4.1a	Kita bisa jadi <b>terperangah</b> melihat koruptor yang tidak menampakkan rasa malu ketika tertangkap kamera,		√			
Mar/9/4.1b	seolah tidak <b>merasa</b> martabatnya jatuh.		√			
Mar/9/4.2a	Pertanyaannya: ( <b>adalah</b> )				√	
Mar/9/4.2b	pantaskah seorang koruptor <b>menjadi</b> 'somebody' yang bermartabat?				√	
Mar/9/4.3a	Apakah orang yang 'hanya' <b>mengejar</b> kekayaan,	√				
Mar/9/4.3b	tanpa <b>memikirkan</b> etika, <i>fairness</i> , profesionalitas, memperoleh martabat tinggi di mata masyarakat?		√			

Mar/9/4.4a	Kita perlu <b>ingat</b>		√			
Mar/9/4.4b	bahwa identitas diri, baik yang positif maupun negatif, <b>tumbuh</b>		√			
Mar/9/4.4c	dan <b>bertumpuk</b> dalam lingkungan sosial.		√			
Mar/9/4.5a	Seseorang yang <b>diingat-ingat</b> karena berbuat baik, menolong sesama, dan bermurah hati		√			
Mar/9/4.5b	bisa seketika <b>hancur</b> martabatnya karena ternyata menjadi kaya dengan cara yang tak halal.		√			
Mar/9/4.6a	Sementara orang yang <b>memelihara</b> nilai-nilai dan etika,	√				
Mar/9/4.6b	<b>tidak pernah</b> sendirian dalam keadaan goyah tanpa pegangan,		√			
Mar/9/4.6c	karena ia <b>mempunyai</b> dirinya sendiri				√	
Mar/9/4.6d	dan selalu <b>tahu</b> jalur apa yang perlu ditempuh.		√			
Mar/9/4.7a	Untuk itu, kita memang perlu jelas <b>mendefinisikan</b> sukses dan martabat atau nilai di mata masyarakat.	√				
Mar/9/4.8a	Setiap orang bisa <b>sukses</b>		√			
Mar/9/4.8b	dan <b>bermartabat</b> ,		√			
Mar/9/4.8c	apapun profesinya bila ia <b>menerapkan</b> praktik-praktik terbaik,	√				
Mar/9/4.8d	<b>mengikuti</b> kaidah atau standar yang benar.	√				
Mar/9/4.9a	Orang lain yang <b>mendefinisikan</b> sukses dengan pencapaian jabatan atau kepemilikan,	√				
Mar/9/4.9b	suatu saat akan <b>dibingungkan</b>		√			
Mar/9/4.9c	bila jabatan atau hartanya <b>tanggal</b> .	√				
Mar/9/5.1a	Presiden Maldives, Mohamed Nasheed, <b>menyerahkan</b> kemewahan yang dinikmati presiden terdahulu,		√			
Mar/9/5.1b	dan <b>memilih</b> tinggal di sebuah 'townhouse' bersahaja	√				
Mar/9/5.1c	dan <b>mengatakan</b> :			√		
Mar/9/5.1d	"Ini adalah jaman kesulitan. Tidak pantas saya berada di istana sementara rakyat mengalami kesulitan."			√		
Mar/9/5.2a	Bagi orang yang masih ingin <b>memikirkan</b> peningkatan martabatnya,		√			
Mar/9/5.2b	orang-orang seperti inilah yang seharusnya di ' <b>benchmark</b> ' (menjadi tolak ukur)				√	
Mar/9/5.2c	dan <b>dijadikan</b> model.	√				
Mar/9/5.3a	Julian Short, penulis buku <i>A Model for Living</i> , <b>mengatakan</b>			√		

Mar/9/5.3b	bahwa meningkatkan martabat <b>adalah</b> berusaha sekeras-kerasnya untuk menjadi yang terbaik dengan menjunjung nilai-nilai etika.				√	
Mar/9/5.4a	Hal ini hanya bisa <b>dilakukan</b> dengan disiplin diri yang keras.	√				
Mar/9/5.5a	Martabat kitalah yang akan <b>menemani</b> kita menghadapi krisis,		√			
Mar/9/5.5b	dan membuat kita tetap <b>mengontrol</b> diri pada situasi situasi tak menentu.		√			
Mar/9/6.1a	Banyak bukti bahwa misi pribadi bisa <b>meningkatkan</b> martabat orang,	√				
Mar/9/6.1b	bahkan <b>meningkatkan</b> status sosialnya secara natural.	√				
Mar/9/6.2a	Ibu guru di ceritera <i>Laskar Pelangi</i> , terasa <b>mengangkat</b> martabat guru,		√			
Mar/9/6.2b	walaupun kesehariannya sangat <b>sederhana</b> .		√			
Mar/9/6.3a	Misi hidup tidak selamanya bisa kita <b>kaitkan</b> dengan hasil yang kasat mata, apalagi kekayaan dan status sosial di masyarakat.		√			
Mar/9/6.4a	Banyak orang tetap <b>bersahaja</b> walaupun mendapat Hadiah <i>Nobel</i> sekalipun. Motif dan misinya lah yang dihargai orang.		√			
Mar/9/7.1a	Setiap kita <b>bertindak</b> ,	√				
Mar/9/7.1b	sebetulnya kita bisa <b>mempertanyakan</b>			√		
Mar/9/7.1c	apakah nilai-nilai seperti <i>'fairness'</i> , respek sosial, hubungan kemanusiaan masih kita <b>junjung</b> tinggi?		√			
Mar/9/7.2a	Kita perlu <b>sadar</b> saat mengambil tindakan,		√			
Mar/9/7.2b	apakah kita <b>melakukan</b> sesuatu	√				
Mar/9/7.2c	atau tidak <b>melakukannya</b>	√				
Mar/9/7.2d	<b>adalah</b> karena alasan harga diri, nilai profesi, atau semata kebutuhan pribadi?				√	
Mar/9/7.3a	Dengan kekuatan pegangan diri sendiri, kita bisa <b>mencapai</b> 'harga diri' yang cukup tinggi	√				
Mar/9/7.3b	dan mulai <b>menikmati</b> diri kita sendiri, sebagai manusia bermartabat.		√			
Mar/9/7.4a	Kita masing-masing jelas perlu kembali <b>memikirkan</b> martabat diri sebagai hakekat kehidupan dan bukan materialisme.		√			
<b>Jumlah Proses = 102</b>		<b>29</b>	<b>50</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	<b>2</b>
<b>Teks 10. PEJUANG MODERN</b>						
PM/10/1.1a	Di bulan November ini, upacara peringatan Hari Pahlawan dan tabur bunga di makam patriot bangsa, biasanya akan <b>menggelitik</b> emosi		√			

	dan memori kita tentang kepahlawanan.					
PM/10/1.2a	Mudah-mudahan, ingatan kita tidak sekedar <b>berhenti</b> dengan Makam Pahlawan dan tugu Pahlawan di Surabaya, saja.		√			
PM/10/1.3a	Sesudah 7 pahlawan Revolusi, kita sudah <b>tidak bisa</b> mengidentifikasi secara gamblang,		√			
PM/10/1.3b	yang mana patriot-patriot negara yang perlu <b>di elu-elukan</b> sebagai pahlawan bangsa.	√				
PM/10/1.4a	Bukan sekedar karena <b>tidak ada</b> perang yang nyata,					√
PM/10/1.4b	namun publikasi mengenai pejuang modern, seperti penjaga perbatasan yang mempertaruhkan nyawa, ( <b>adalah</b> ) sangat sedikit.				√	
PM/10/1.5a	Jangankan anak sekolah, orang dewasa pun banyak yang tidak <b>menyadari</b> adanya pejuang-pejuang yang mengorbankan jiwa raga, dan keluarganya demi membela negara.		√			
PM/10/2.1a	Perang sekarang sudah <b>tidak perlu</b> selalu perang antar negara.		√			
PM/10/2.2a	Bayangkan betapa teroris bisa <b>membunuh</b> ratusan orang tak bersalah.	√				
PM/10/2.3a	Kita juga sama-sama <b>menyadari</b> bahaya narkoba,		√			
PM/10/2.3b	yang tidak saja <b>mengancam</b> remaja, tetapi juga orang-orang dekat di sekitar kita.		√			
PM/10/2.4a	Belum lagi bahaya kejatuhan moral, seperti pornografi remaja, yang bisa <b>membuat</b> semua orang kecut,	√				
PM/10/2.4b	dan <b>tidak tahu</b> bagaimana melindungi remajanya.		√			
PM/10/2.5a	Penggerogotan terhadap harta negara sudah <b>dilakukan</b> oleh koruptor-koruptor,	√				
PM/10/2.5b	yang masih <b>bisa</b> tersenyum lebar di kamera media.		√			
PM/10/2.6a	Demikian pula, persaingan ekonomi antar negara, yang bisa <b>menyebabkan</b> bangsa lain dengan semena-mena menjajah negara,	√				
PM/10/2.6b	tanpa <b>disadari</b> oleh rakyatnya.		√			
PM/10/2.7a	Bukankah 'perang' yang sekarang kita hadapi, <b>menjadi</b> demikian <i>multidimensional</i> ,				√	
PM/10/2.7b	sehingga bahkan lebih <b>berbahaya</b> dari perang fisik yang nyata di masa lalu?		√			
PM/10/2.8a	Bukankah pejuang Indonesia masa kini harusnya berjumlah ( <b>yaitu</b> )				√	

	lebih banyak dari jaman perang dulu,					
PM/10/2.8b	dan bahkan lebih <b>pintar</b>		√			
PM/10/2.8c	dan lebih <b>berkualitas?</b>		√			
PM/10/31a.	Bila kini kita <b>rindu</b> sosok pahlawan patriot bangsa,		√			
PM/10/3.1b	sesungguhnya kita pun perlu <b>menyadari</b>		√			
PM/10/3.1c	dan <b>menumbuhkan</b> pejuang <i>modern</i> di sekitar kita, bahkan dalam diri kita sendiri.	√				
PM/10/3.2a	Dari program “ <i>heroes</i> ” <i>Kick Andy</i> kita <b>berkenalan</b> dengan Gendu,	√				
PM/10/3.2b	pejuang yang <b>merawat</b> 10.000 orang sakit jiwa.	√				
PM/10/3.3a	Kita <b>tahu</b> ada pahlawan ekologi		√			
PM/10/3.3b	seperti Babah Akong yang belasan tahun <b>menanam</b> bakau di Maumere sampai 23 hektar.	√				
PM/10/3.4a	<b>Ada</b> juga guru-guru sekolah di daerah terpencil,					√
PM/10/3.4b	pembuat kaki palsu yang berhasil <b>membantu</b> orang cacat dengan kaki palsu murah.	√				
PM/10/3.5a	Kita pun tentu <b>bangga</b> melihat walikota Surabaya		√			
PM/10/3.5b	yang <b>berusaha</b> memperbaiki hidup para wanita yang terikat hutang kepada para mucikari	√				
PM/10/3.5c	sehingga tidak pernah <b>terbebaskan</b> dari profesi tercela.		√			
PM/10/3.6a	Kita juga <b>punya</b> Ignasius Jonan,				√	
PM/10/3.6b	yang <b>berupaya</b> memikirkan dan memperjuangkan kebutuhan karyawan,	√				
PM/10/3.6c	<b>memberi</b> jaminan kesehatan pada seluruh karyawan,	√				
PM/10/3.6d	<b>memperbaiki</b> sistem perkeretaapian, sehingga baik penumpang, masinis, kepala stasiun,	√				
PM/10/3.6e	<b>mempunyai</b> penghargaan diri yang lebih baik,				√	
PM/10/3.6f	dan bisa <b>berdampak</b> positif kepada kualitas kerja dan kehidupan keluarganya?		√			
PM/10/3.7a	Bukankah nyata-nyata mereka ( <b>adalah</b> ) pejuang tanpa senjata?				√	
PM/10/4.1a	Para pejuang <i>modern</i> , yang <b>rela</b> mengorbankan diri demi orang lain atau negara,		√			
PM/10/4.1b	biasanya <b>‘sudah selesai’</b> dengan dirinya sendiri.		√			

PM/10/4.2a	Artinya, individu ini sudah <b>mengenai</b> apa yang ia butuhkan,		√			
PM/10/4.2b	biasanya sangat <b>familiar</b> dengan istilah 'cukup' dengan dirinya.		√			
PM/10/4.3a	Pada saat inilah ia kemudian <b>mempunyai</b> kelonggaran untuk memikirkan hal-hal yang lebih besar, seperti lingkungan, negara, dan kemanusiaan.				√	
PM/10/4.4a	Determinasinya kemudian sudah tidak ( <b>menjadi</b> ) personal lagi,				√	
PM/10/4.4b	sehingga ia pun kuat <b>mengasah</b> kekuatan mentalnya seperti, toleransi, disiplin diri, komitmen dan kontrol diri.	√				
PM/10/4.5a	Dari sinilah kita bisa <b>menyaksikan</b> betapa seorang anak muda		√			
PM/10/4.5b	misalnya bisa <b>berpikir</b> untuk daerah rumahnya yang kumuh,		√			
PM/10/4.5c	dan ingin <b>memperbaiki</b> nasib anak-anak di area itu.	√				
PM/10/4.6a	Ia ingin <b>membuat</b> anak-anak di area itu lebih cerdas dari rata-rata	√				
PM/10/4.6b	dan <b>bangga</b> bahwa mereka betul berasal dari daerah kumuh.		√			
PM/10/4.7a	Ini hanya bisa <b>dilakukan</b> oleh individu yang benar-benar sudah tahu apa yang mereka mau.	√				
PM/10/4.8a	Orang-orang seperti ini memang biasanya sudah <b>mengasah</b> diri dengan latihan-latihan	√				
PM/10/4.8b	dan <b>berusaha</b> belajar dari lingkungannya.	√				
PM/10/4.9a	Bila pada suatu saat pejuang ini tidak <b>mencapai</b> apa yang sudah ia canangkan,	√				
PM/10/4.9b	mereka tidak <b>kehilangan</b> keyakinan,		√			
PM/10/4.9c	karena menang, kalah atau 'seri' sekalipun, <b>adalah</b> bagian dari latihan yang dikembangkannya setiap hari.				√	
PM/10/5.1a	Bila kita <b>menjadi</b> orang-orang yang ikut berteriak dan mencaci maki koruptor saja,				√	
PM/10/5.1b	namun tidak berperan serta, <b>menyingsingkan</b> lengan baju untuk memberantas korupsi,	√				
PM/10/5.1c	jelas kita belum <b>bisa</b> mengklaim diri sebagai orang yang berguna untuk negara dan masyarakat yang lebih luas.		√			
PM/10/5.2a	Banyak orang, bahkan kita sendiri pun, <b>bisa</b> kehabisan energi untuk menyingsingkan lengan baju,		√			
PM/10/5.2b	bila <b>terbiasa</b> membiarkan diri kita ada di zona nyaman,		√			
PM/10/5.2c	tidak <b>menikmati</b> lagi berkeringat, mengotori tangan dengan bekerja		√			

	keras.					
PM/10/5.3a	Padahal, kemampuan, talenta, keahlian dan kepintaran kita, tidak akan <b>jadi</b> apa-apa				√	
PM/10/5.3b	bila tidak <b>diikuti</b> dengan tempaan latihan, disiplin, turun ke lapangan, kepekaan dan mawas diri.	√				
PM/10/5.4a	Banyak orang tidak <b>terlatih</b> untuk mengamati posisi dirinya, terhadap lingkungan sosial,		√			
PM/10/5.4b	dan <b>berusaha</b> menerima dan memahami kebutuhannya.	√				
PM/10/5.5a	Kita harus <b>sadar</b>		√			
PM/10/5.5b	bahwa hanya dengan kekuatan mawas diri, spirit untuk menjadi pejuang baru akan <b>tumbuh</b> .		√			
PM/10/6.1a	Kita bisa <b>menjadi</b> pejuang pekerja,				√	
PM/10/6.1b	namun bukan <b>menjadi</b> demonstiran yang 'tidak mau tahu' saat minta kenaikan upah buruh.				√	
PM/10/6.2a	Banyak orang yang masih <b>mengkaitkan</b> perjuangan dengan kekerasan,		√			
PM/10/6.2b	padahal orang yang melakukan kekerasan, apalagi terhadap orang yang tidak berdaya, <b>adalah</b> orang yang bisanya melakukan 'bullying', bukan?				√	
PM/10/6.3a	Kita perlu sama-sama <b>berpikir</b>		√			
PM/10/6.3b	bahwa peluang dan keharusan kita untuk menjadi pejuang bangsa, di masa sekarang ini justru <b>bisa</b> dalam berbagai bentuk,		√			
PM/10/6.3c	misalnya <b>memperbaiki</b> mental individu, mental sebagai pekerja,	√				
PM/10/6.3d	sehingga ia <b>bisa</b> hidup lebih cerdas dan layak.		√			
PM/10/6.4a	Orang yang dikategorikan pejuang, sebenarnya <b>adalah</b> orang yang menonjol karena keberaniannya dan pengorbanannya dalam membela kepentingan orang yang lebih banyak,				√	
PM/10/6.4b	tidak melulu <b>memikirkan</b>		√			
PM/10/6.4c	atau <b>memperkaya</b> diri dan lingkungannya sendiri.	√				
PM/10/6.5a	Apakah orang-orang ini <b>mempunyai</b> ciri yang berbeda dengan kebanyakan orang?				√	
PM/10/6.6a	Apakah mereka memang <b>dilahirkan</b> di lingkungan tertentu,	√				
PM/10/6.6b	atau <b>mempunyai</b> profesi tertentu?				√	

PM/10/6.7a	Jelas kita <b>melihat</b> ,		√			
PM/10/6.7b	setiap orang, dari lingkungan dan profesi apapun, <b>punya</b> kesempatan untuk melatih diri agar peka pada lingkungan,				√	
PM/10/6.7c	<b>mengembangkan</b> mentalitas		√			
PM/10/6.7d	tidak <b>memikirkan</b> diri sendiri		√			
PM/10/6.7e	dan lebih <b>memikirkan</b> orang banyak.		√			
PM/10/6.8a	<b>Ada</b> orang-orang yang bisa setia pada pekerjaan dan lahan kerjanya,					√
PM/10/6.8b	sampai sering tidak <b>memikirkan</b> dirinya sendiri,		√			
PM/10/6.8c	tetapi <b>bersungguh sungguh</b> membelanya.		√			
PM/10/6.9a	Inilah ( <b>adalah</b> ) pejuang <i>modern</i> .				√	
<b>Jumlah Proses = 94</b>		<b>27</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>19</b>	<b>3</b>



### LAMPIRAN 3. ANALISIS TRANSITIVITAS WACANA RUBRIK “KOMPAS KARIER” SURAT KABAR KOMPAS

#### Teks 1. EMPOWERMENT

Em/1/1.1a	Salah satu indikator organisasi yang sehat	adalah	bila	di dalamnya terdapat individu-individu yang bersemangat.
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>konj</b>	<b>atribut</b>
Em/1/1.2a	Kita	bisa menyaksikan	seseorang yang bekerja melampaui jam kerja yang standar	
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	
Em/1/1.2b	dan	penasaran	menyelesaikan pekerjaannya	sampai larut malam.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>
Em/1/1.3a	Para ‘office boy’ sekalipun	bisa terlihat	bergerak ke sana kemari,	
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	
Em/1/1.3b	namun	tetap tidak lupa memperhatikan	apa yang dibutuhkan	setiap karyawan yang dilayaninya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>
Em/1/1.4a	Sebaliknya,	kita	juga tahu	
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	
Em/1/1.4b	bahwa	ada	lingkungan terjadi mana <i>mindset</i> “apa untungnya buat saya?”	sangat kencang,
	<b>konj</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Sirkumstan manner</b>
Em/1/1.4c	dan	selalu terjadi hitung-hitungan	‘untung-rugi’ yang ketat	antara karyawan dan perusahaan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>
Em/1/1.5a	Banyak perusahaan	yang merasa perlu mengikat	karyawan	dengan berbagai kontrak
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>
Em/1/1.5b	agar	dana yang digunakan untuk mengembangkan karyawan		tidak sia-sia.
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>		<b>Pr:mental</b>

Em/1/1.6a	Padahal	Kita	sangat yakin
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Em/1/1.6b	bahwa	bila	'hati'	tidak berada	di pekerjaan,
	<b>konj</b>	<b>konj</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Em/1/1.6c	kita	dengan mudah 'tidak berada'	di pekerjaan kita.
	<b>eksistensi</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Em/1/1.7a	Secara fisik,	individu	bisa jadi tetap ada	di depan komputernya,
	<b>Sirkumstan cara</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Em/1/1.7b	namun	yang dikerjakan	bisa saja 'chatting' seharian	dengan teman,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Em/1/1.7c	bahkan	sibuk berbelanja	'online'.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/1.8a	Kita	lihat	betapa semangat karyawan	di dalam sebuah organisasi
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

menjadi misteri yang benar-benar perlu dipecahkan.
<b>phenomenon</b>

Em/1/2.1a	Menciptakan	suasana produktif dan kondusif
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/2.1b	sama halnya	dengan mempersiapkan	tanah	untuk menanam benih.
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Em/1/2.2a	Tanah yang liat, keras, dan padat,	bila	ditanami	benih,
	<b>goal</b>	<b>konju</b>	<b>Pr:material</b>	<b>aktor</b>

paling-paling hanya bisa sampai memunculkan tunas,
<b>Sirkumstan muasal</b>

Em/1/2.2b	namun	kemudian	tidak bisa menghasilkan	tanaman yang bermutu,
	<b>konj</b>	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/2.2c	bila	dibandingkan	dengan tanah yang sudah gembur, digarap, dicampur dengan kompos dan pupuk.	
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	

Em/1/2.3a	Organisasi pun	perlu memikirkan	bagaimana membuat wadah yang nyaman untuk bekerja, berkarya dan berinovasi.	
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	

Em/1/2.4a	'Empowerment'	perlu menjadi	agenda penting	dalam membina karyawan,
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Em/1/2.4b	karena	kita	tahu	individu baru akan mengeluarkan isi pikirannya
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Em/1/2.4c	bila	ia	secara emosional dan spiritual	merasa	<i>happy</i> , diterima dan didukung.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Em/1/2.5a	Kita pun	tidak boleh lupa
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Em/1/2.5b	betapa generasi milenial yang kreatif dan pintar,	merasa
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

Em/1/2.5c	bahwa	motivasi	adalah	hal yang terpenting dalam bekerja.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Em/1/2.6a	Pada saat	bisnis	sangat memerlukan	konsentrasi,
-----------	-----------	--------	-------------------	--------------

	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>
--	-------------------------	--------------	--------------------	-------------

Em/1/2.6b	kita	kerap melihat	' <i>empowerment</i> ' bawahan sering kita lupakan.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Em/1/2.7a	Padahal,	dengan adanya	karyawan yang penuh percaya diri dan ' <i>feel good</i> '	terhadap pekerjaan,
	<b>konj</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Em/1/2.7b	kita	akan diuntungkan	oleh sikap responsif, inovasi dan kemampuan belajar yang lebih canggih.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Em/1/3.1a	Kita	bisa melihat	banyak tantangan yang dihadapi Jokowi-Ahok	untuk mengubah mental dan etos kerja institusinya.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Em/1/3.2a	Namun,	suasana kondusif yang kita idam-idamkan,	di mana percaya diri dan rasa kompeten karyawan	dirasakan
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Sirkumstan perihal</b>	<b>Pr:mental</b>

setiap individu,	bukanlah hal yang mustahil.
<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Em/1/3.3a	Keyakinan, visi yang jernih dan sasaran yang jelas	tentu merupakan	langkah awal yang baik.
	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

Em/1/3.4a	Agar	rasa percaya diri dan rasa kompeten ini	semakin subur,
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

Em/1/3.4b	seorang atasan	mesti bisa memainkan	beragam peran,	mulai dari ' <i>trainer</i> ', ' <i>coach</i> ' dan ' <i>mentor</i> '	bagi anak buah.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>client</b>

Em/1/3.5a	Atasan juga	perlu membiasakan	diri
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Em/1/3.5b	agar	dalam setiap instruksi dan tugas yang ia berikan	terselip	pesan-pesan pembelajaran	pada bawahannya.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>recipient</b>

Em/1/3.6a	Individu	pasti akan tergerak
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Em/1/3.6b	bila	ia	tahu	apa yang bisa ia pelajari,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Em/1/3.6c	mengapa	ia	harus mengetahui	esensi tugasnya.
	<b>Kt. tanya</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Em/1/3.7a	Dengan	memberi	cukup informasi,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/3.7b	mendemonstrasikan	cara melakukan pekerjaan,
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/3.7c	memberi	kesempatan	untuk mempraktekkan dan mengoreksi kesalahannya,
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Em/1/3.7d	individu	tentu akan merasa	didorong untuk sukses.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Em/1/3.8a	'Performance' yang sukses inilah		yang akan menumbuhkan	keyakinan dan kepercayaan diri.
	<b>aktor</b>		<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/3.9a	Bila	setiap individu dalam organisasi	meyakini	bahwa	upayaanya berdampak signifikan
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>

Em/1/3.9b	bahwa	upayaanya	berdampak signifikan	terhadap divisi, instansi bahkan lingkungan,
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Em/1/3.9c	ia	akan menyuburkan	rasa positif	mengenai dirinya, pekerjaannya dan tugasnya.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan perihal</b>

Em/1/4.1a.	Menciptakan ' <i>empowerment</i> ' dalam organisasi		menyangkut	' <i>self concept</i> ', ' <i>self esteem</i> ' dan ' <i>self talk</i> ' individu.
	<b>Sirkumstan muasal</b>		<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/4.2a	Individu	perlu merasa	berharga, berguna, mempunyai pandangan positif mengenai karir, tugas dan pekerjaannya,	
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	

Em/1/4.2b	dan	selalu mempunyai	ungkapan-ungkapan yang positif	dalam 'self dialog'-nya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>	<b>Sirkumstan perihal</b>

Em/1/5.1a	Di sebuah perusahaan,	seorang <i>salesman</i> potensial namun tergolong masih junior		ditunjuk
	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>aktor</b>		<b>Pr:material</b>

untuk mengikuti pertemuan industri sejenis	di luar negeri.
<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Em/1/5.2a	la	kemudian datang	ke atasannya
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Em/1/5.2b	dan	mengatakan	bahwa	ia	sebaiknya tidak diikutkan dalam tim,
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>konj</b>	<b>sayer</b>	<b>verbiage</b>

Em/1/5.2c	karena	belum menguasai	bisnis	dibanding dengan rekan kerja lainnya yang sudah hafal mengenai kasus-kasus transaksi	
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	

di perusahaan.
<b>Sirkumstan tempat</b>

Em/1/5.3a	Padahal,	sebetulnya	ia	bisa dengan mudah ikut	dalam rombongan,
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Em/1/5.3b	sekedar menikmati	perjalanan dinas yang belum pernah dialaminya.
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Em/1/5.4a	Namun,	hal ini	tidak dilakukan,
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

Em/1/5.4b	karena	ia	merasa	punya tanggung jawab	untuk memberi kontribusi penting	dalam setiap penugasannya.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Sirkumstan perihal</b>

Em/1/5.5a	Inilah	yang membedakan	individu yang <i>'empowered'</i> dan yang tidak.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/5.6a	Individu yang <i>'empowered'</i>	mampu mengambil	keputusan atas dirinya, dan <i>take charge'</i>	terhadap nasib karirnya sendiri.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Em/1/6.1a	Kita sendiri pun	mungkin sering menggunakan	ungkapan "serahkan pada ahlinya",
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/6.1b	dan	tidak menyadari
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

Em/1/6.1c	bahwa	sikap ini	bisa menjadikan	individu seolah menghindari dari pengambilan keputusan
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/6.1d	dan	mengambil	jarak	terhadap suatu permasalahan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan perihal</b>

Em/1/6.2a	Akibatnya,	individu	terbisaa	bersikap <i>'indecisive'</i> ,
	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Em/1/6.2b	tidak bisa mengambil	keputusan	di dalam <i>area</i> wewenangnya.
-----------	----------------------	-----------	-----------------------------------

	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>sirkumstan</b>
--	--------------------	-------------	-------------------

Em/1/6.3a	Bahkan,	yang lebih parah lagi,	tidak mengambil	keputusan atas diri dan nasibnya sendiri.
	<b>konj</b>	<b>sirkumstan</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/6.4a	Padahal,	kita	tahu
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Em/1/6.4b	bahwa	individu sendirilah	yang perlu memainkan	peran aktif	dalam menentukan masa depannya,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Em/1/6.4c	menggapai	cita-cita dan mimpinya,	bukan perusahaan.
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Em/1/6.5a	Dalam konteks kerja,	kita	melihat	ini	sebagai ' <i>blind acceptance of authority</i> ',
	<b>Sirkumstan perihal</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan peran</b>

Em/1/6.5b	yaitu	kondisi di mana individu tidak terbisaa mempunyai gambaran dan melihat dirinya sendiri			secara jelas.
	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>			<b>Sirkumstan cara</b>

Em/1/6.6a	Bila berlarut-larut,	hal ini	bisa berkembang
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Em/1/6.6b	dan	mempengaruhi	struktur 'power'	di organisasi.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Em/1/7.1a	Kita	memang tidak bisa menutup	mata
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/7.1b	bahwa	individu	dibesarkan	dengan cara yang berbeda-beda.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>



Em/1/7.2a	Ada	anak yang sudah diberi pilihan	sejak kecil,
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

Em/1/7.2b	tetapi	ada juga	anak yang pilihan hidupnya dibuatkan oleh orang tua.
	<b>konj</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

Em/1/7.3a	Alhasil,	dalam organisasi	kita	akan menemukan	individu yang bervariasi,
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Em/1/7.3b	dari	mempunyai	kapasitas 'self growth' besar dan kecil.
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

Em/1/7.4a	Jadi,	bisakah	kita	menciptakan	<i>empowerment</i>	di organisasi?
	<b>konj</b>	<b>Kt. tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Em/1/7.5a	Yang jelas,	menciptakan	suasana penuh inisiatif dan berspirit ini	bukan suatu proses membalik tangan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan perihal</b>

Em/1/7.6a	Ini	sama dengan	kenyataan
	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

Em/1/7.6b	bahwa	kita	tidak bisa mengubah	budaya korporasi	dengan satu program saja.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan cara</b>

Em/1/7.7a	Menciptakan suasana penuh <i>empowerment</i>		adalah	proses yang dinamis, panjang,
	<b>token</b>		<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

Em/1/7.7b	dan	menyentuh	area' bawah sadar' individu.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

## Teks 2. *RAPPORT*

Ra/2/1.1a	Seorang teman	dikenal	memiliki	reputasi	sebagai “supersalesman”.
	<b>prossessor</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>	<b>Sirkumstan peran</b>

Ra/2/1.2a	Kemampuannya dalam <i>product knowledge</i> dan mempersuasi pelanggan			tidak diragukan lagi.
	<b>goal</b>			<b>Pr:mental</b>

Ra/2/1.3a	Dengan catatan prestasinya ini,	ia	diangkat	menjadi manajer penjualan
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ra/2/1.3b	dan	ditantang	untuk membawahi 10 orang ‘salesman’.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ra/2/1.4a	Dengan <i>track record</i> seperti ini,	saat	ia	memangku	jabatan baru,
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ra/2/1.4b	kita	tentu mengharapkan	sudah tidak ada resistensi lagi	dari anak buah.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Ra/2/1.5a	Namun ternyata,	terasa benar	ada	ketidakinginan anak buah	untuk bekerja sama dengannya,
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/1.5b	bahkan	ada	bisik-bisik yang mendiskreditkannya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

Ra/2/1.6a	la	yakin	bahwa	dengan kemampuan ‘sales’-nya,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/1.6b	suatu saat	ia	akan bisa memimpin	tim	dengan baik.
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ra/2/1.7a	Namun demikian,	<i>momentum</i> itu	tidak kunjung datang.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

Ra/2/1.8a	la	tetap sulit	'mingle'	dengan anak buah.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/1.9a	Pertanyaannya	ditanggapi	dengan muka kecut, jawaban seadanya,	
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	

Ra/2/1.9b	bahkan	kerap membuat	'berang' anak buah.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ra/2/1.10a	Padahal,	ia	tidak pernah mengungkapkan	kata kata-kasar, memarahi, atau menyudutkan anak buah.	
	<b>konj</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>	

Ra/2/1.11a	Timbul	pertanyaan,
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ra/2/1.11b	mengapa	orang	bisa-bisanya menutup	hati	untuk suatu hubungan baik,
	<b>Kt.tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/1.11c	sehingga	seolah-olah	ada	dinding yang tidak tertembus?
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

Ra/2/2.1a	Kita	tentu bertanya-tanya,
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

Ra/2/2.1b	apa	yang membuat
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Pr:material</b>

Ra/2/2.1c	seseorang	tidak bisa memulai	hubungan	dengan bawahan?
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/2.2a	Padahal,	kita	sadari	betapa kepemimpinan bisa macet,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/2.2b	bila	tidak ada	hubungan <i>interpersonal</i> yang lancar antara atasan dan bawahan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

Ra/2/2.3a	Situasi ini	juga membuka	mata kita
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ra/2/2.3b	betapa	pembentukan hubungan baik	merupakan	Dasar
	<b>konj</b>	<b>token</b>	<b>Pr:realisional</b>	<b>value</b>

Ra/2/2.3c	dan	menjadi	persyaratan utama	dari kepemimpinan, juga hubungan ' <i>coaching-mentoring</i> '.
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/2.4a	Dalam ilmu psikologi,	pencairan hubungan antara satu orang dengan yang lain ini	disebut	' <i>rapport</i> '.
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>value</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>token</b>

Ra/2/2.5a	<i>Rapport</i>	ditandai	keinginan kedua belah pihak	untuk saling menguatkan.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/2.6a	Para ahli	mengatakan
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

Ra/2/2.6b	bahwa	dasar dari rapport	adalah	menghilangnya rasa curiga dan tumbuhnya rasa percaya.
	<b>konj</b>	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

Ra/2/2.7a	Pertanyaannya,	(adalah)
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>

Ra/2/2.7b	mengapa	ada	orang yang begitu sulit menembus dinding penahan rasa percaya ini?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

Ra/2/3.1a	Seorang teman,	bercerita
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

Ra/2/3.1b	bahwa	ia	pernah mendapat	sahabat
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ra/2/3.1c	justu ketika	ia	mengalami	kecelakaan kecil.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/3.2a	Saat itu,	orang yang menyaksikan	menaruh	iba
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/3.2b	dan	menunjukkan	empati	pada kejadian yang dialaminya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

Ra/2/3.3a	Momen ini	kemudian membuka	jalan keduanya lebih membuka diri dan tidak ragu	untuk berbagi pengalaman hidup,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/3.3b	sehingga	tanpa disadari	hubungan baik pun terbentuk.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/3.4a	Namun,	membuka diri	memang bukan	hal yang mudah.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Ra/2/3.5a	Dalam hubungan bisnis atau hubungan atasan bawahan,		kita	sering dikelabui	oleh hubungan yang diwarnai oleh wewenang,
	<b>Sirkumstan muasal</b>		<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/3.5b	sehingga	seorang anak buah	terpaksa mematuhi	perintah atasan,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ra/2/3.5c	ataupun	seorang <i>customer service</i>	memang mempunyai	keharusan melayani pelanggan.
	<b>konj</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

Ra/2/3.6a	<i>Rapport</i>	tidak terjadi.
-----------	----------------	----------------

	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>
--	-------------	--------------------

Ra/2/4.1a	Dalam hubungan atasan-bawahan,	di mana	atasan	menuntut	bawahan untuk berprestasi, tetapi sekaligus belajar,
	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pe:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/4.1b	hubungan tanpa <i>rapport</i>	tidak akan mempan.
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

Ra/2/4.2a	Ini sebabnya,	atasanlah	yang perlu aktif	berstrategi membina rapport.
	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ra/2/4.3a	Kitalah	yang mesti membiarkan diri	mengalami	penetrasi sosial.
	<b>senser</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/4.4a	Kuncinya	sebetulnya	sederhana,
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Ra/2/4.4b	orang	bisa	dengan mudah 'masuk'	dalam hubungan yang lebih mendalam,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/4.4c	bila	mengenal	orang lain	secara lebih mendalam.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ra/2/4.5a	Artinya,	pengenalan tidak di permukaan saja.
	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

Ra/2/4.6a	Bayangkan	Bagaimana	rasa percaya dan hubungan	bisa mendalam,
	<b>Kt.perintah</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

Ra/2/4.6b	jika	banyak hal dalam kehidupan pribadi ataupun di pekerjaan	dirahasiakan,
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

Ra/2/4.6c	disembunyikan,
	<b>Pr:material</b>

Ra/2/4.6d	ditutup-tutupi?
	<b>Pr:material</b>

Ra/2/4.7a	Membuka diri	bukan berarti	membuka aib kita.
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Ra/2/4.8a	Namun,	yang kita	bagi
	<b>konj</b>	<b>Aktor</b>	<b>Pr:mental</b>

Ra/2/4.8b	adalah	pelajaran hidup atau “ <i>life lesson</i> ”	secara rendah hati,
	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ra/2/4.8c	yang diperoleh	dari asam-garam pengalaman.
	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/5.1a	Seorang <i>coach</i> basket	mengatakan
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

Ra/2/5.1b	bahwa bila	ia	tidak berbagi	‘ <i>life lessons</i> ’	dengan timnya,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>

Ra/2/5.1c	maka	timnya	tidak akan mengembangkan	kualitas hubungan baik antar tim.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/5.2a	la	memberi	contoh,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ra/2/5.2b	bahwa	dengan mengajak	anggota tim	untuk memberi bantuan	pada orang-orang yang memerlukan,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>client</b>

Ra/2/5.2c	kelompoknya	lebih peka	terhadap kegiatan memberi.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/5.3a	Hal yang kemudian	dipelajari	oleh anggota tim
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>aktor</b>

Ra/2/5.3b	adalah	bahwa membuat seseorang senang	
	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>	

Ra/2/5.3c	juga	membuahkan	kesenangan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ra/2/5.4a	Hal-hal inilah	yang bernilai	jauh lebih besar	daripada pengajaran 'hardskill" yang lebih teraga,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ra/2/5.4b	namun	ini juga	yang sering dilupakan	para atasan.
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>senser</b>

Ra/2/5.5a	Padahal	banyak sekali hal-hal	yang bisa di 'share'
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

Ra/2/5.5b	yang juga	akan membangun	simpati	ke diri kita,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

misalnya kebiasaan bicara apa adanya, bersikap proaktif, kerja keras, berusaha memahami orang lain tanpa minta dipahami, tidak mengeluh dan selalu memfokuskan perhatian pada hal-hal yang positif.

**Sirkumstan manner**

Ra/2/5.6a	Dalam hubungan atasan-bawahan atau tim,		seorang atasan	juga bisa berbagi,
	<b>Sirkumstan muasal</b>		<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>



Ra/2/5.6b	tentang	bagaimana	ia	menghadapi	kesulitan,
	<b>konj</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/5.6c	bagaimana	ia	belajar
	<b>Kt.tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

Ra/2/5.6d	atau	bagaimana	ia	menyayangi	orang disekitarnya.
	<b>konj</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/5.7a	Kita	perlu berani	mengekspose 'life lessons' kita		pada anak buah,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>		<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/5.7b	karena	mau tidak mau,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

Ra/2/5.7c	sebagian besar dari materi <i>coaching</i>		juga berisi	<i>"life lessons": "laws of life", "truths of life",</i>	
	<b>Sirkumstan muasal</b>		<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	

yang berupa sikap dan nilai-nilai kehidupan.	
<b>Sirkumstan manner</b>	

Ra/2/5.8a	<i>Rapport</i>	akan lebih mudah terbentuk
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

Ra/2/5.8b	bila	daya tarik dan 'familiarity'	sudah terjadi.
	<b>konj</b>	<b>Goal</b>	<b>Pr:material</b>

Ra/2/6.1a	<i>Rapport</i>	terjadi
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

Ra/2/6.1b	bila	Individu	merasa	aman sepenuhnya	dengan keberadaan kita.
	<b>konj</b>	<b>Senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ra/2/6.2a	Selain itu,	ia	perlu merasa
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Ra/2/6.2b	bahwa	ia	dimengerti.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Ra/2/6.3a	Ini	sulit terjadi
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

Ra/2/6.3b	bila	atasan	terlalu sibuk	dengan agenda dirinya
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/6.3c	dan	memikirkan	dirinya sendiri.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/6.4a	Untuk itu,	atasan	perlu	untuk sementara waktu bersikap 'selfless' dan 'selesai' dengan dirinya sendiri.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ra/2/6.5a	Caranya,	antara lain	dengan menunjukkan dirinya 100% siap menolong,
	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ra/2/6.5b	menghadapi	orang lain	dengan tulus
	<b>Pr:material</b>	<b>Goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ra/2/6.5c	dan	penuh minat	mencari tahu	tentang keadaan bawahan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan perihal</b>

Ra/2/6.6a	Sikap proaktif seorang pemimpin		tetap harus terarah	pada anggota tim, bukan kepada dirinya sendiri.
	<b>goal</b>		<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/6.7a	Karisma dan sikap saling mengerti		hanya terarah	pada anggota timnya,
	<b>goal</b>		<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/6.7b	tidak pernah memikirkan	untung rugi atau timbal baliknya hubungan.
	<b>Pr:mental</b>	<b>Phenomenon</b>

Ra/2/6.8a	Ketika	mengajukan pertanyaan atau ditanya,	kita pun	perlu bersikap	sebagai “ <i>open space listener</i> ”,
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan peran</b>

Ra/2/6.8b	yaitu	dengan sabar menunggu jawaban dan pendapat orang lain,
	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

Ra/2/6.8c	tanpa kehendak	untuk mengeluarkan pendapat kita sendiri,
	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/6.8d	karena	‘agenda’ kita	memang tidak lain daripada membuat	orang lain merasa dimengerti.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ra/2/6.9a	Hanya dengan upaya keras	untuk membuat	‘ <i>impact</i> ’	pada pihak lainlah
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ra/2/6.9b	kita	bisa membina	hubungan kondusif yang ujungnya bisa mempengaruhi anggota tim kita
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik.
<b>Sirkumstan muasal</b>

### Teks 3. NILAI TAMBAH KREATIVITAS

Ntk/3/1.1a	Kreativitas	jelas merupakan	tuntutan bagi pekerja seni,	seperti artis, penyanyi, pemusik atau pelukis.
	<b>possessed</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessor</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

NTK/3/1.2a	Kita	tahu,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

NTK/3/1.2b	'income' mereka yang sukses	di bidang seni seperti ini	(adalah) banyak.
	<b>carrier</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>Pr:relasional</b>

NTK/3/1.3a	Seorang pelukis	bisa membuat	galeri
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/1.3b	dari	sekedar menjual	1-2 lukisan saja.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/1.4a	Seorang penyanyi	bisa menghasilkan	banyak uang	dalam sekali bernyanyi.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

NTK/3/1.5a	Bukan main!
	<b>Pr:mental</b>

NTK/3/1.6a	Namun,	berapa	persentase seniman	yang (menjadi) sukses ini?
	<b>konj</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>

NTK/3/1.7a	Bukankah	(ada) lebih banyak	seniman 'tanggung'	tanpa apresiasi pelanggan?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>

NTK/3/1.8a	Hal ini	menjadikan	banyak alumni pendidikan seni sendiri
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/1.8b	yang kemudian	merasa	bahwa	berkreativitas, berinovasi itu tidak 'make money'.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/1.9a	Benarkah	kreativitas	tidak memiliki	nilai 'moneter'?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

NTK/3/1.10a	Kita	tahu
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

NTK/3/1.10b	dunia bisnis	masih kerap melihat	keaktivitas	sebagai kemewahan dan 'arena buang buang duit' saja?
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan peran</b>

NTK/3/1.11a	Kalau bukan pemborosan,	ada	yang beranggapan
	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

NTK/3/1.11b	bahwa	keaktivitas atau inovasi	adalah	'bagian' orang-orang yang tidak serius dan berdisiplin:
	<b>konj</b>	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

NTK/3/1.11c	"Area Gen Y!",
	<b>Pr:verbal</b>

NTK/3/1.11d	kata	seorang CEO.
	<b>Pr:verbal</b>	<b>sayer</b>

NTK/3/1.12a	Ada juga	yang menyebut:
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksisten</b>

NTK/3/1.12b	"Industri kami adalah industri yang serius, kita bukan memproduksi 'rock star'.			
	<b>Pr:verbal</b>			

NTK/3/1.13a	Paradigma inilah	yang sering menyebabkan
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

NTK/3/1.13b	banyak orang	tidak meyakini
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

NTK/3/1.13c	bahwa	keaktivitas	perlu mendapat	tempat terdepan dalam pencarian solusi terhadap permasalahan	di tempat kerja.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

NTK/3/2.1a	Bila	kita	berpikir
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

NTK/3/2.1b	bahwa	keaktivitas	hanya (menjadi)	salah satu 'feature'	dalam kegiatan pikir kita,
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

NTK/3/2.1c	kita	perlu membuka	mata lebih lebar.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/2.2a	Mekanik mobil	harus menemukan	cara mendeteksi kerusakan mesin,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/2.2b	yang tidak dipelajari	dengan sistem <i>problem solving</i>	di sekolah.
	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

NTK/3/2.3a	CEO	yang terkenal	kekuatannya dalam mengotak-atik angka keuangan,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/2.3b	pada saatnya	perlu menggunakan	keaktivitasnya	untuk memahami problem yang kompleks.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

NTK/3/2.4a	Jelas bahwa	keaktivitas	ada	di dalam setiap situasi?
	<b>konj</b>	<b>eksisten</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

NTK/3/2.5a	Kita	perlu meyakini
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

NTK/3/2.5b	betapa	bisnis	tidak bisa berjalan	tanpa berkeaktivitas.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>

NTK/3/2.6a	Kita	bisa menyaksikan	perusahaan bermodal besar,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/2.6b	bisa tiba-tiba menjadi	'gajah bengkok'	karena tidak kreatif.
------------	------------------------	-----------------	-----------------------

	Pr:relasional	atribut	Sirkumstan muasal
--	---------------	---------	-------------------

NTK/3/2.7a	<i>Mindset</i>	tidak mementingkan
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

NTK/3/2.7b	keaktivitas	sungguh melahirkan	mental “tidak bisa” yang membunuh.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/2.8a	Perusahaan seperti GE,	yang demikian sukses di abad ke-20 lalu,	sekarang pun	berkiprah
	<b>aktor</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>Pr:material</b>

ke kepedulian lingkungan dan inovasi <i>ecomagination</i> ,
<b>goal</b>

NTK/3/2.8b	serta	masih harus membuktikan
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>

NTK/3/2.8c	apakah	mereka	akan mencetak	laba
	<b>Kt.tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/2.8d	dan	membuat	perusahaannya bisa se-sexy <i>Apple</i> .
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/2.9a	Fenomena ini	membuktikan
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

NTK/3/2.9b	bahwa	keaktivitas dan inovasi	tidak bisa berbentuk	<i>‘lipsservice’</i> , basa-basi, atau setengah-setengah.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/3.1a	Bila	kita	masih meragukan
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

NTK/3/3.1b	bahwa	kreativitas	tidak mempunyai	nilai moneter,
	<b>konj</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

NTK/3/3.1c	mari	simak	kisah Peter Thiel.
	<b>Kt.ajakan</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/3.2a	Dengan kesungguhan hati,	beliau	meninggalkan	dunia advokat
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/3.2b	dan	menciptakan	<i>PayPal.</i>
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/3.3a	Apa	(yang menjadi)	modalnya?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>carrier</b>

NTK/3/3.4a	Pemikiran matang	yang dielaborasi
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

NTK/3/3.4a	dan	dituntaskan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>

NTK/3/3.5a	Hasilnya,	Thiel	sekarang	menjadi	pemegang saham terbesar
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

dari perusahaan bergengsi lain seperti <i>Facebook.</i>
<b>Sirkumstan tempat</b>

NTK/3/3.6a	la pun	kini mengerjakan	hal yang diimpikannya,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/3.6b	yaitu	menjadi dosen di Stanford	dengan mata kuliah <i>creative economy.</i>
	<b>Pr:relasioanal</b>	<b>value</b>	<b>Sirkumstan manner</b>



NTK/3/3.7a	Kreativitas	sebagai kunci sukses finansial	juga	sudah dibuktikan	oleh Cirque du Soleil,
	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan peran</b>	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>aktor</b>

NTK/3/3.7b	yang mengubah	sirkus binatang yang hampir mati,
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/3.7c	menjadi	ajang <i>show</i> musikal dan tari manusia berbakat.
	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

NTK/3/3.8a	Strateginya	adalah
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>

NTK/3/3.8b	memasukkan	sedikit bumbu imajinasi dalam rumus strategi kita.
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/3.9a	Jadi,	pertanyaannya sekarang	adalah:
	<b>konj</b>	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>

NTK/3/3.9b	apa	upaya	yang harus kita lakukan	dalam perusahaan	agar manusianya termotivasi
	<b>Kt.tanya</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

NTK/3/3.9c	untuk	senantiasa melakukan	perbaikan produk,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/3.9d	membaca	pelanggan,
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/3.9e	bahkan	membuat	terobosan baru.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/4.1a	Kita	sering menyaksikan	perusahaan mengunggulkan peran <i>salesman</i> dan <i>frontliner</i> ,
------------	------	--------------------	--

	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	
--	---------------	------------------	-------------------	--

NTK/3/4.1b	karena	mereka orang	yang bertemu	pelanggan.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/4.2a	Ada juga	perusahaan yang membayar mahal para ahli keuangannya		
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>		

NTK/3/4.2b	karena	berpikir
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

NTK/3/4.2c	bahwa	mereka	yang bisa mengkotak katik	'cashflow'
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/4.2d	dan	mengefisienkan	perusahaan,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>client</b>

NTK/3/4.2e	sehingga	bisa mencetak	laba lebih banyak.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/4.3a	Kita	tidak menyadari	betapa begitu kita meng-'utama'-kan segelintir orang di perusahaan,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/4.3b	maka	matilah	kreativitas yang lain.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/4.4a	Individu	merasa	tidak perlu berinovasi,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/4.4b	"Sudah ada ahlinya",		
	<b>Pr:verbal</b>		

NTK/3/4.4c	kata	mereka.
	<b>Pr:verbal</b>	<b>sayer</b>

NTK/3/4.5a	Padahal,	ekonomi kreatif	yang didengungkan	David Brooks,
	<b>konj</b>	<b>verbiage</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>sayer</b>

NTK/3/4.5b	hanya	bisa terjadi
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>

NTK/3/4.5c	bila	semua orang	merasakan	urgensi yang sama	untuk senantiasa berubah,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

NTK/3/4.5d	menawarkan	<i>value</i> ' baru	ke pelanggan
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

NTK/3/4.5e	dan	men' <i>deliver</i> 'nya	sesegera mungkin.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

NTK/3/5.1a	Para manajer dan <i>supervisor</i> ,	sebetulnya perlu membisaakan	diri untuk mendisiplinkan kreativitas.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/5.2a	Walalupun sulit dan tidak teraga,	kreativitas	bisa	di-' <i>manage</i> '.
	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/5.3a	Di sebuah perusahaan yang yakin akan inovasi,	disebarkan	<i>spirit "can do"</i> ,
	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/5.3b	yaitu	tidak ada kata "tidak bisa".
	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

NTK/3/5.4a	Mereka juga	menumbuhkan	keyakinan
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/5.4b	bahwa	kesalahan	adalah	cara merangsang inovasi.
	<b>konj</b>	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

NTK/3/5.5a	Tanpa susah-susah,	perusahaan ini	sudah memotivasi	seluruh karyawan	untuk berkreasi.
	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>recipient</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

NTK/3/5.6a	Masih banyak cara	yang bisa kita gunakan,
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

NTK/3/5.6b	agar	berinovasi	dianggap	setiap orang	sesuatu yang <i>'fun'</i> dan menantang, tetapi juga keharusan.
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:material</b>	<b>senser</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

NTK/3/5.7a	Kita	bisa menggalakkan	<i>'brainstorming'</i> sebelum mengambil keputusan.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/5.8a	Kita pun	bisa menggalakkan	<i>'wholebrain thinking'</i>	dengan menukar <i>problem solver</i> yang tidak sesuai bidangnya,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

NTK/3/5.8b	misalnya	akuntan	diminta	memecahkan masalah pemasaran atau sebaliknya.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/6.1a	Pada tahun 2005,	W. Chan Kim dan Renée Mauborgne	sudah memaparkan	usulan
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>

NTK/3/6.1b	agar	kita	tidak mati-matian berebut	pasar yang serupa dengan kompetitor,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/6.1c	misalnya dengan	banting	harga
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/6.1d	atau	menjelek-jelekkan	kompetitor kita.
------------	------	-------------------	------------------

	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>receiver</b>
--	-------------	------------------	-----------------

NTK/3/6.2a	Hal yang bisa kita lakukan	adalah	mencari “ <i>Blue Ocean</i> ”,
	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

NTK/3/6.2b	yaitu	ajang kreativitas,	di mana kita berani tampil beda,
	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

NTK/3/6.2c	sehingga	tidak perlu berkompetisi	berdarah-darah.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/6.2d	di mana	kita	berani	tampil beda,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/6.3a	Inilah	yang dilakukan	Steve Jobs	sejak lama.
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>aktor</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

NTK/3/6.4a	la	menjual	musik	melalui <i>i-Tunes</i> ,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

NTK/3/6.4b	membuat	telpon 3 in 1,
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/6.4c	dan	membuat	komputer 4 in 1.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/6.5a	Semua ini	memang sekadar	keperluan sehari-hari kita,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/6.5b	tetapi	pengolahannya	yang membuat	ia beda,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/6.5c	sehingga	nilai tambah pun	muncul.
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

NTK/3/6.6a	Buah pemikiran itu kemudian		menjadi	sangat bernilai
	<b>carrier</b>		<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

NTK/3/6.6b	dan	pada akhirnya	mencetak	keuntungan material yang luar biasa.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/6.7a	Disinilah bedanya		menghadapi	kesulitan,
	<b>Sirkumstan muasal</b>		<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

NTK/3/6.7b	perang		kompetisi	dengan berpikir keras	untuk mendapatkan peluang.
	<b>Pr:material</b>		<b>goal</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

NTK/3/7.1a	Riset		menunjukkan
	<b>phenomenon</b>		<b>Pr:mental</b>

NTK/3/7.1b	betapa kreativitas		adalah	ketrampilan yang diasah dan dikembangkan,
	<b>token</b>		<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

NTK/3/7.1c	bukan dimiliki		sejak lahir.
	<b>Pr:material</b>		<b>Sirkumstan waktu</b>

NTK/3/7.2a	Semakin sering		kita	melakukan	<i>benchmark,</i>
	<b>Sirkumstan waktu</b>		<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/7.2b	mengembangkan		minat pada bidang lain	di luar bidang keahlian kita,
	<b>Pr:material</b>		<b>goal</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>

NTK/3/7.2c	berdiskusi		dengan individu	dari keahlian yang berbeda,
	<b>Pr:verbal</b>		<b>receiver</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

NTK/3/7.2d	semakin tajam	kita
	<b>Pr:mental</b>	<b>senser</b>

NTK/3/7.2e	saat	membedah	permasalahan kerja kita	dengan sudut pandang baru.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

NTK/3/7.3a	Penelitian	bahkan mengatakan,
	<b>sayerkonj</b>	<b>Pr:verbal</b>

NTK/3/7.3b	bahwa	karyawan	yang aktif	bersosial media,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/7.3c	punya	kecenderungan lebih kreatif daripada yang tidak.
	<b>Pr:relasional</b>	<b>atirbut</b>

NTK/3/7.4a	Kita	bisa melihat
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

NTK/3/7.4b	betapa mengasah	kreativitas
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/7.4c	bahkan	bisa mengembangkan	kualitas kehidupan kita	secara menyeluruh,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

NTK/3/7.4d	yang ujung-ujungnya	akan memberi	kontribusi pada kemajuan bisnis, juga masyarakat.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

NTK/3/7.5a	Ya,	kreativitas	tidak boleh dikebelakangkan.
	<b>Kt.pernyataan</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

NTK/3/7.6a	Kita	sudah tidak punya	pilihan: <i>delight or die.</i>
------------	------	-------------------	---------------------------------

	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>
--	------------------	----------------------	------------------

#### Teks 4. TERIMA KASIH

TK/4/1.1a	Teman saya, seorang	yang sukses memimpin	berbagai perusahaan
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

TK/4/1.1b	dan	sangat populer	di pergaulan,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

TK/4/1.1c	mempunyai	kebiasaan yang sudah sangat dikenali	oleh orang-orang yang dekat dengannya.
	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

TK/4/1.2a	Setiap percakapan melalui email atau teks,	selalu diakhirinya	dengan kata: "Terima kasih".
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

TK/4/1.3a	Hal yang unik	adalah	ia ingin agar dialah yang menutup pembicaraan.
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

TK/4/1.4a	Bila	ucapan "terima kasih"-nya	kita	jawab,
	<b>konj</b>	<b>verbiage</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

TK/4/1.4b	maka	ia	akan menambahkan	komentar lain,
	<b>konj</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>

TK/4/1.4c	supaya	menjadi	orang yang terakhir berucap	dalam dialog itu.
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

TK/4/1.5a	Pada sebuah kesempatan,	saya	tanyakan,
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

TK/4/1.5b	mengapa	ia	mempunyai	kebiasaan 'manis' ini.
	<b>Kt.tanya</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>



TK/4/1.6a	Jawaban	beliau	sedehana saja:
	<b>Pr:verbal</b>	<b>sayer</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

TK/4/1.6b	"Itu cara saya menghargai orang".
	<b>Pr:verbal</b>

TK/4/2.1a	Setiap orang	memang bisa punya	pandangan berbeda-beda	mengenai ungkapan 'terima kasih'.
	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

TK/4/2.2a	Seorang manajer	pernah mengeluh
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

TK/4/2.2b	bahwa	ungkapan terima kasih	yang ia	sampaikan,
	<b>konj</b>	<b>verbiage</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

TK/4/2.2c	kerap oleh orang lain	dianggap	otomatis memang harus demikian.
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

TK/4/2.3a	Itu sebabnya,	ada pula	orang yang merasa
	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksisten</b>

TK/4/2.3b	bahwa	ungkapan tersebut	bisa digantikan	(dengan) proses elektrik yang dilakukan oleh komputer.
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

TK/4/2.4a	Bagi sebagian orang,	ungkapan 'terimakasih'	dianggap	sebagai sesuatu yang "ekstra",
	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan peran</b>

TK/4/2.4b	yang hanya diberikan	untuk tindakan-tindakan yang melampaui ekpektansi.
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

TK/4/2.5a	Bukan	untuk hasil tindakan sehari-hari.
	<b>Kt.negasi</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

TK/4/2.6a	“Mereka dibayar untuk mengerjakan pekerjaan mereka, mengapa kita harus mengucapkan terima kasih?”		
	<b>Pr:verbal</b>		

TK/4/2.6b	ujar	seorang ‘owner’ perusahaan.
	<b>Pr:verbal</b>	<b>sayer</b>

TK/4/2.7a	Di sebuah organisasi	yang tengah menggalakkan	budaya “ <i>Smile &amp; Thanks</i> ”,
	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

TK/4/2.7b	seorang karyawan	bahkan berkata,
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

TK/4/2.7c	“Saat saya menandatangani kontrak kerja dulu, tidak tertulis kewajiban untuk mengatakan ‘terima kasih’. Jadi, mengapa harus repot-repot?”		
	<b>Pr:verbal</b>		

TK/4/2.8a	Alangkah	bertentangannya	dengan teman saya di atas.
	<b>Kt.afektif</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

TK/4/3.1a	Kata terima kasih,	memang terasa	begitu sederhana,
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

TK/4/3.1b	sehingga	disadari	sering terlewat dalam benak kita.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

TK/4/3.2a	Kita	bisa jadi	terlalu sibuk dengan kegiatan bisnis, berorganisasi, politik	untuk bersikap ‘baik’ pada orang lain.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

TK/4/3.3a	Kita	mungkin lupa
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

TK/4/3.3b	bahwa	ungkapan terima kasih	bisa mengandung	“ <i>magic</i> ”.
-----------	-------	-----------------------	-----------------	-------------------

	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>
--	-------------	----------------	----------------------	----------------

TK/4/3.4a	Kata 'terima kasih' juga	jelas mengandung	rasa hormat
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

TK/4/3.4b	dan	menyalurkan	rasa 'care' yang berbobot emosi.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

TK/4/3.5a	Bila	reward dan apresiasi untuk prestasi cemerlang,	kerap	kita	tuangkan
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

dalam program dan strategi	untuk memotivasi karyawan,
<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

TK/4/3.5b	kita	sering lupa
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

TK/4/3.5c	bahwa	situasi yang sehari-hari dan rutinhlah	yang lebih dominan	di dunia kerja.
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

TK/4/3.6a	Disinilah	kita	sering kecolongan
	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

TK/4/3.6b	dan	lupa menghargai	seseorang	di dalam tim
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

TK/4/3.6c	dan	hanya tergugah	pada "extra miles" saja.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

TK/4/4.1a	Seorang teman	terkejut
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

TK/4/4.1b	ketika	anak buahnya	mengirimkan	sms “terima kasih”.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

TK/4/4.2a	Ketika	ia	tanyakan	untuk apa,
	<b>konj</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>

TK/4/4.2b	anak buahnya tersebut		mengatakan	
	<b>sayer</b>		<b>Pr:verbal</b>	

TK/4/4.2c	ia	berterima kasih	
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	

TK/4/4.2d	karena	diberikan	tugas yang super sulit	di pekerjaan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

TK/4/4.3a	Setelah itu,	mereka	langsung bersahabat.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

TK/4/4.4a	Kita	lihat,	
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	

TK/4/4.4b	betapa	kata terima kasih	mempunyai	bobot emosional.
	<b>konj</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

TK/4/4.5a	Dalam situasi sehari-hari,		saat seseorang	mengungkapkan	terima kasih yang tulus,
	<b>Sirkumstan waktu</b>		<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>

TK/4/4.5b	misalnya	menahan	pintu lift	untuknya,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

TK/4/4.5c	bukankan	kita	segera bisa merasakan	semburan kehangatan	di dalam ekspresinya?
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

TK/4/4.6a	Kata “terima kasih”	bisa sangat ampuh
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

TK/4/4.6b	untuk	kita	gunakan	dalam menunjukkan kepedulian,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

TK/4/4.6c	menghargai	niat baik	dari seseorang terhadap orang lain.
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

TK/4/4.7a	Di saat	di mana kita	semakin banyak menggantikan	komunikasi tatap muka	dengan kontak secara elektronik dan tertulis,
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

TK/4/4.7b	dan	mengkhawatirkan	tidak adanya ‘jiwa’	dalam komunikasi modern ini,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

TK/4/4.7c	alangkah bodohnya	bila	kita	mengabaikan	dua kata tersebut.
	<b>Kt.afektif</b>	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

TK/4/4.8a	Bukankah	kita	tidak punya	risiko apapun bila mengungkapkannya?
	<b>konj</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

TK/4/4.9a	Kita tentu	tidak pernah bertemu	orang yang marah ataupun sedih
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

TK/4/4.9b	bila	mendengar	kita mengucapkan “terima kasih”, bukan?
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>goal</b>

TK/4/5.1a	Dalam sebuah survei kecil di perusahaan		di mana semua orang	mengira
	<b>Sirkumstan tempat</b>		<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

TK/4/5.1b	bahwa	hal yang	dianggap	paling penting	oleh karyawan
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

TK/4/5.1c	adalah	upah,
	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

TK/4/5.1d	hasilnya ternyata ‘penghargaan’	menduduki	peringkat pertama.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

TK/4/5.2a	Ini	(adalah)	bukti
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

TK/4/5.2b	betapa kepedulian, ‘care’ dan apresiasi	adalah	perilaku manajerial yang penting dalam organisasi.
	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

TK/4/5.3a	Dan,	hal ini	tidak bisa ditampilkan	hanya dalam “upacara” atau <i>ceremonial</i> saja,
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

TK/4/5.3b	karena	apresiasi ini	justru perlu terasa	dalam situasi harian.
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

TK/4/5.4a	“Deadline”, rutinitas pencapaian target,	sudah pasti menimbulkan
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

TK/4/5.4b	tekanan	yang membawa	suasana menjadi bertegangan tinggi.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

TK/4/5.5a	Bila tidak hati-hati,	disinilah	kita	bisa kehilangan	kesempatan membina “trust” dan hubungan baik,
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

TK/4/5.5b	yang sesungguhnya	adalah	unsur utama dari kinerja dan motivasi tim.
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

TK/4/6.1a	Bila	kita	merasa	kerja baik dan kerja keras saja cukup
-----------	------	------	--------	---------------------------------------

	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>
--	-------------	---------------	------------------	-------------------

TK/4/6.1b	untuk	membuat	kita berhasil	di tempat kerja,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

TK/4/6.1c	ternyata	tidak selalu demikian kondisinya.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

TK/4/6.2a	Seorang teman saya,	tidak jadi mempromosikan	anak buahnya,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>reciepiant</b>

TK/4/6.2b	ketika	ia	tidak mendapat	jawaban atas ucapan terima kasihnya.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

TK/4/6.3a	la	mengatakan,
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

TK/4/6.3b	“Bila ungkapan terimakasih disepelkan, bagaimana ia akan menghandel masalah interpersonal yang lebih penting? Hal yang penting dan ingin saya ketahui sebetulnya adalah apa yang ia pikirkan mengenai ‘hubungan’ atasan-bawahan, hubungan antar manusia, dan terutama hubungannya dengan perusahaan”.			
	<b>Pr:verbal</b>			

TK/4/6.4a	Ternyata,	bagi sebagian orang,	kata terima kasih	ia	nyatakan	dengan cara yang berarti.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>verbiage</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

TK/4/6.5a	Dan sebaliknya,	ia pun	menginginkan	sikap yang sama.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

TK/4/7.1a	Kita	sering tidak sadar
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

TK/4/7.1b	bahwa	membuat	kebisaaan kecil,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

TK/4/7.1c	seperti “say thank you”	mempunyai	dampak demikian besar	pada kultur kelompok.
	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

TK/4/7.2a	Ada	perusahaan yang mempunyai prosedur standar,	dalam rencana proyeknya,
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksisten</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

TK/4/7.2b	yaitu	tahapan “terima kasih”.
	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

TK/4/7.3a	Meski	ada	karyawan yang awalnya mengolok-olok,
	<b>konj</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

TK/4/7.3b	namun	mereka	meyakini
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

TK/4/7.3c	betapa	rutinitas menghargai dan mengucapkan terima kasih secara disiplin	akan mengembangkan
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

lingkungan kerja yang lebih positif dan apresiatif,
<b>Sirkumstan muasal</b>

TK/4/7.3d	yang ujung-ujungnya	akan mendorong	produktivitas.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

TK/4/7.4a	Bila	kebiasaan mengucapkan terima kasih ini	kemudian dikembangkan
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

dengan mengucapkan alasan yang dibumbui dengan keterangan
<b>Sirkumstan manner</b>

TK/4/7.4b	betapa	‘action’ orang tersebut	sudah membuat	diri kita beruntung,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>



TK/4/7.4c	bayangkan betapa	moral tim dan hubungan individu dalam kelompok	bisa diperbaiki
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

tanpa perlu mengeluarkan biaya mahal sama sekali.
<b>Sirkumstan manner</b>

### Teks 5. AHLI

Ah/5/1.1a	Akses <i>internet</i>	yang begitu mudahnya saat ini,	menjadikan	pengetahuan
	<b>aktor</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

seolah sudah jadi semurah kacang goreng.
<b>Sirkumstan manner</b>

Ah/5/1.2a	Kita	mengalami	banjir informasi.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/1.3a	Tiba-tiba	kita	merasa	lebih " <i>in the know</i> "	daripada waktu-waktu sebelumnya.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

Ah/5/1.4a	Bahkan	banyak ilmu yang dulunya	tidak populer,
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

Ah/5/1.4b	kini	menjadi	demikian populer,
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

dengan frekuensi informasi yang bertubi-tubi, melalui sosial media, <i>blogs</i> dan lain-lain.
<b>Sirkumstan manner</b>

Ah/5/1.5a	Kita	bisa belajar	menari, menonton, cara memasak cara membuat sabun, bahkan cara membuat bom dan apapun	dalam <i>internet</i> .
-----------	------	--------------	---	-------------------------

	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>
--	--------------	--------------------	-------------	--------------------------

Ah/5/1.6a	Bila	beberapa dekade yang lalu	orang	membayar mahal	untuk pergi ke konsultan perkawinan, ahli finansial, konsultan bisnis,
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ah/5/1.6b	sekarang	ke semua ilmu itu	ada	di buku-buku populer,
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Ah/5/1.6c	yang ditulis	oleh orang yang “tahu”,
	<b>Pr:material</b>	<b>aktor</b>

Ah/5/1.6d	tetapi	tidak terlalu berpengalaman sekali.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

Ah/5/1.7a	Kita	sudah berada	di era “everyday expert”	yang udah tidak bisa dihindari, ditolak, ataupun dilecehkan.
	<b>eksistensi</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ah/5/2.1a	Dulu	kita	kadang mengatakan,
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

Ah/5/2.1b	“serahkan saja pada ahlinya”.
	<b>Pr:verbal</b>

Ah/5/2.2a	Namun,	pernyataan ini	sekarang menjadi	kontradiksi,
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Ah/5/2.2b	karena	kita	dihadapkan	pada situasi
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

Ah/5/2.2c	di mana	sulit membedakan	mana yang benar-benar ahli karena ilmu dan pengalaman,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/2.2d	dengan	mereka	yang menjadi	pengamat
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Ah/5/2.2e	dan kemudian	bisa memberikan	kata-kata “cerdas” dan “bertuah”	layak ahlinya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ah/5/2.3a	Orang	dengan mudah	menulis
	<b>senser</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:material</b>

Ah/5/2.3b	dan	mempublikasikan	<i>tips.</i>
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ah/5/2.4a	Orang	dengan mudah	membuat	analisa politik.
	<b>senser</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Goal</b>

Ah/5/2.5a	Bahkan,	ajang analisa,	tanpa proses edit,	disediakan	oleh harian-harian terkemuka.
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>	<b>Pr:material</b>	<b>aktor</b>

Ah/5/2.6a	Fasilitas sosial media,	bukan sekedar berubah menjadi	ajang penjualan ‘online’ aja,	tetapi juga ajang pengajaran kilat.
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>

Ah/5/2.7a	Kita	tidak bisa mengatakan	pembicaraan para ‘pemula’ ini	sebagai hal yang <i>ngawur</i> ,
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>	<b>Sirkumstan peran</b>

Ah/5/2.7b	karena	apa	yang mereka	ulas	masuk akal,
	<b>konj</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ah/5/2.7c	juga	berguna	bagi orang yang belum tahu dan membutuhkan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/2.8a	Kita	bisa menikmati	hasil pengalaman sehari-hari,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/2.8b	dan	pengkajian individu	terhadap beberapa tulisan,	menjadi	subyek yang menarik.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Ah/5/2.9a	Dalam sekejap,	masyarakat	tiba-tiba bisa memproklamirkan	seseorang menjadi “ahli”.
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>

Ah/5/2.10a	Memang,	dalam era <i>internet</i> seperti ini,	“bisa” ilmu individu	tidak dipes lagi	oleh penggunanya.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>aktor</b>

Ah/5/2.11a	Jadilah	banyak orang	kemudian bisa menjadi	“All-Star Adviser”.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Ah/5/3.1a	Kita	bisa melihat
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Ah/5/3.1b	betapa	ahli-ahli yang sebenarnya,	menjadi	kehilangan pasar	karena para amatir sudah ‘berjalan sendiri’.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ah/5/3.2a	Jalur ekspertis,	sudah menjadi	singkat secara dramatis.
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Ah/5/3.3a	Misalnya saja,	<i>gadget</i> canggih	yang memberi	kemudahan	bagi kita untuk memotret dan mengedit foto dalam hitungan detik,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ah/5/3.3b	membuat “ahli fotografi”	kemudian berjamur	di mana-mana.
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Ah/5/3.4a	Bagaimana	kualitas foto	yang mereka	hasilkan?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>goal</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

Ah/5/3.5a	“Not bad”,
-----------	------------

	<b>Pr:verbal</b>
--	------------------

Ah/5/3.5b	kata	orang.
	<b>Pr:verbal</b>	<b>sayer</b>

Ah/5/3.6a	Kita	sedang menghadapi	era di mana para " <i>partial pro</i> " sudah laku dan terpakai.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/3.7a	Pertanyaannya,	(adalah)
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>

Ah/5/3.7b	apakah	kemudian kita memang	tidak perlu lagi mengembangkan	keahlian yang mendalam?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ah/5/3.8a	Apakah	organisasi	masih membutuhkan	individu yang benar-benar ahli	di beberapa posisi, atau situasi?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Ah/5/4.1a	Kita	bisa menyaksikan sendiri,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Ah/5/4.1b	betapa di parlemen,	orang	yang tidak tahu sama sekali	mengenai suatu subyek,
	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/4.1c	mengajukan	pertanyaan-pertanyaan	pada eksekutor,
	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>	<b>receiver</b>

Ah/5/4.1d	yang bukan saja	sudah berbulan-bulan	menyusun	laporan,
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ah/5/4.1e	tetapi juga	sudah bertahun-tahun	berkutat	dibidangnya.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/4.2a	Saat sekarang,	terhadap ekspertis pun	sudah terjadi	demokratisasi.
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ah/5/4.3a	Siapa pun	boleh bicara	mengenai ilmu apa pun.
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>

Ah/5/4.4a	Melalui <i>internet</i> dan berbagai bacaan,		orang-orang awam yang pandai	bisa mempelajari	ilmu tertentu,
	<b>Sirkumstan manner</b>		<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

misalnya ilmu kedokteran atau bahkan ilmu bedahnya.
<b>Sirkumstan manner</b>

Ah/5/4.5a	Namun,	untuk menjadi ahli bedah yang handal,	ada	proses yang tidak bisa ditawar-tawar.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

Ah/5/4.6a	Dibutuhkan	jumlah praktek intensif berkualitas
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/4.6b	untuk	bisa mengembangkan	keahlian ini.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ah/5/4.7a	Jadi,	kita	tetap bisa meyakini
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Ah/5/4.7b	bahwa	proses	menjadi	<i>expert,</i>
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Ah/5/4.7c	tidak terjadi	dalam semalam.
	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

Ah/5/5.1a	Kita	bisa melihat	banyak lembaga atau organisasi yang 'memelihara' para ahli	sampai usia yang terlalu lanjut,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

Ah/5/5.1b	tanpa berpikir keras	untuk mempersiapkan suksesinya.
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/5.2a	Ini tentu	hal berbahaya	pada saat organisasi berkembang.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/5.3a	Bisakah	kita	meng-kloning	seorang ahli,	misalnya saja <i>salesman</i> yang jagoan,	dengan anak muda yang masih mentah?
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ah/5/5.4a	Keahlian seorang <i>salesman</i>	memang nampaknya sederhana,
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

Ah/5/5.4b	tetapi	perjuangannya, pengorbanannya, mawas diri dan proses belajarnya,	sampai ia trampil melihat peluang, jago mendekati pelanggan, tahu kapan bertahan harga dan bernegosiasi,
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

tidak bisa dipelajari	dalam semalam.
<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

Ah/5/5.5a	Tidak ada	jalan pintas.
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

Ah/5/5.6a	Waktu	yang dibutuhkan	seseorang	untuk bisa mengklaim dirinya sebagai ahli,
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>senser</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ah/5/5.6b	umumnya tidak kurang	dari 5 tahun sejak ia pertama berkecimpung di bidangnya.
	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

Ah/5/5.7a	Itu pun	dengan perhitungan,	ia	melakukan	praktik	secara intensif
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ah/5/5.7b	dan	melakukan	'problem solving'	secara terus-menerus.
	<b>kon</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ah/5/5.8a	Seorang ahli manajemen		menyatakan
	<b>sayer</b>		<b>Pr:verbal</b>

Ah/5/5.8b	bahwa	setiap organisasi	perlu memikirkan	untuk membangun kapasitas orang-orang melalui mentoring,
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ah/5/5.8c	yaitu	dengan menjadikan para ahli sebagai tempat bertanya,		
	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>		

Ah/5/5.8d	tempat	menyelesaikan	masalah,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ah/5/5.8e	dan juga	tempat	mengembangkan	kekuatan perusahaan	misalnya " <i>product knowledge</i> ", inovasi, atau servis.
	<b>kon</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ah/5/6.1a	Adakalanya	kita	mendengar	bisik-bisik para CEO atau pemilik perusahaan:
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/6.1b	"Saya tidak tahu harus berbuat apa tanpa dia",		
	<b>Pr:verbal</b>		

Ah/5/6.1c	bila	membicarakan	seseorang dengan keahlian khusus yang sangat dibutuhkan perusahaan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>

Ah/5/6.2a	Tentunya	ketergantungan ini	sangat tidak sehat
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

Ah/5/6.2b	dan	berbahaya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>



Ah/5/6.3a	Sampai-sampai	Henry Ford	pernah menyatakan
	<b>konj</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

Ah/5/6.3b	bahwa sebaiknya	tidak ada	seorang <i>expert</i> pun	di perusahaan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Ah/5/6.4a	Pernyataan ini	tentu menyesatkan.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

Ah/5/6.5a	Bayangkan	apa	jadinya bila	individu	tidak memelihara,
	<b>konj</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

Ah/5/6.5b	tidak mempertajam,
	<b>Pr:material</b>

Ah/5/6.5c	bahkan	mentelantarkan	keahliannya?
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ah/5/6.6a	Siapa	yang akan memberi	'nilai' tambah	pada perusahaan?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>recipient</b>

Ah/5/6.7a	Siapa	yang akan mempercanggih	lembaga?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Ah/5/6.8a	Tanpa expertis,	lembaga	akan berhadapan	dengan ' <i>potential loss</i> '	di depan mata.
	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Ah/5/7.1a	Seorang ahli	mengatakan
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

Ah/5/7.1b	setidaknya untuk	Membentuk seseorang	sampai menjadi	ahli,
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Ah/5/7.1c	ia	harus betul-betul 'masuk'	ke dalam kegiatan tersebut,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Ah/5/7.1d	dan	mengalami	pahit manisnya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/7.2a	Sambil	mendalaminya,	
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	

Ah/5/7.2b	perlu ada	tanya jawab yang sangat intensif	baik oleh pembimbingnya, maupun oleh yang dilatih.
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ah/5/7.3a	Mempertajam keahlian	bisa dilakukan	dengan mengembangkan pertanyaan-pertanyaan perlu bersifat diagnostik,
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Ah/5/7.3b	dan	selalu diarahkan	pada <i>problem solving</i> yang empiris.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Ah/5/7.4a	Kiatnya	adalah:	<i>"OPPTY": observation, practice, partnering, problem solving, dan taking responsibility.</i>
	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

Ah/5/7.5a	Ternyata	keahlian,	tidak gampang diwariskan.
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

Ah/5/7.6a	Perlu ada	kegiatan yang serius	untuk pengembangan ini.
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Ah/5/7.7a	Hanya dengan 'mengulik' secara intensif dan mendalam,		seorang <i>expert</i>	bisa ditumbuhkan.
	<b>Sirkumstan manner</b>		<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

## Teks 6. DEKAT DIHATI

DD/6/1.1a	Banyak orang yang jago, ahli dan menguasai bidang kerjanya,	mengeluh	“suara”-nya tidak didengar
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>

DD/6/1.1b	atau bahkan	kehadirannya	disepelekan	oleh rekan kerja lainnya.
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>senser</b>

DD/6/1.2a	Seorang karyawan, Ani,	dengan nada frustrasi	mengeluh,
	<b>sayer</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:verbal</b>

DD/6/1.2b	“Soal pengalaman dan hasil pekerjaan, saya lebih baik. Namun, rekan saya yang hasil kerjanya tidak hebat-hebat amat, lebih didengar. Dengan situasi ini, kecil kemungkinan saya bisa dipromosikan jadi <i>manager</i> ”.		
	<b>Pr:verbal</b>		

DD/6/1.3a	Lain lagi	Ari,	yang bekerja	di perusahaan konsultan global terkenal.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/1.4a	Proyek-proyeknya	sangat penting.
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

DD/6/1.5a	Dan,	karena kesuksesannya,	ia	sering diminta	menjadi pembicara	di berbagai seminar.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/1.6a	“Tapi, mengapa ya, saya punya <i>‘feeling’</i> bahwa orang tidak mengerti apa yang saya terangkan dan tidak mem-“ <i>buy in</i> ” apa yang saya anjurkan?”					
	<b>Pr:verbal</b>					

DD/6/1.7a	Bila	kita	amati,	memang	banyak sekali masalah ‘pengaruh’	di sekitar kita.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/1.8a	Otoritas, pengangkatan seseorang menjadi direktur, manajer ataupun pejabat sekalipun,				tidak menjamin
	<b>phenomenon</b>				<b>Pr:mental</b>

DD/6/1.8b	ia	bisa diterima,
-----------	----	----------------

	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>
--	---------------	------------------

DD/6/1.8b	bisa disayang,
	<b>Pr:mental</b>

DD/6/1.8b	bisa di- <i>“buy in”</i>
	<b>Pr:material</b>

DD/6/1.8b	atau	juga dikenang	oleh orang di sekitarnya.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/1.9a	Kita	bisa patuh	tanpa ‘suka’ pada pemimpin kita.
	<b>senser</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>

DD/6/2.1a	Masyarakat	memang bebas membeli	simpati	pada tokoh yang dipilihnya.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/2.2a	Kita	melihat	banyak upaya pejabat	untuk mengembangkan pencitraan dan kedekatan dengan rakyatnya.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/2.3a	Kadang,	semakin besar upayanya,	malah	(menjadi)	semakin buruk pencitraannya.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

DD/6/2.4a	Setiap ungkapan, foto, bahkan pesan <i>twitter</i> -nya	dikomentari negatif	oleh masyarakat.
	<b>verbiage</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>sayer</b>

DD/6/2.5a	Sebaliknya,	minggu lalu,	kita	melihat
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

DD/6/2.5b	bagaimana	orang	berbondong-bondong,	mengantarkan
	<b>Kt.tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:material</b>

Ustadz Jeffrey	ke tempat peristirahatan terakhirnya.
<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/2.6a	Dari berbagai penjuru lokasi,	orang-orang	datang	untuk menyembahyangkan jenazahnya,
	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

DD/6/2.6b	mengingat-ingat	kebaikannya.
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

DD/6/2.7a	Seolah-olah	tidak seorang pun	punya	keinginan	untuk cepat-cepat menghilangkan kenangan almarhum
	<b>konj</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

dari benak dan kehidupannya.
<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/2.8a	Bahkan	kerendahan hatinya,	keinginan beliau untuk tidak menonjol pun,	malah menjadi	"signature voice"-nya.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

DD/6/2.9a	Terasa benar	ia	(menjadi)	"dekat", "disayang" dan "hadir"	di hati masyarakat.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/2.10a	Hampir-hampir,	tidak ada	satu media pun yang menyebut-nyebut hal negatif mengenai Uje.
	<b>konj</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

DD/6/2.11a	Apa	yang sudah dilakukan	almarhum?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Pr:material</b>	<b>aktor</b>

DD/6/2.12a	Mengapa	ia	(menjadi)	begitu dekat	di hati?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/3.1a	Kita	tahu	tidak sedikit orang memoles "tongkrongan"	untuk meningkatkan pengaruh.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/3.2a	Namun, sebaliknya,	kita	melihat	tokoh yang tidak punya 'tongkrongan',
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

DD/6/3.2b	seperti contohnya ibu Teresa,	bisa memimpin	barisan relawan yang jumlahnya beribu-ribu orang,
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

DD/6/3.2c	disayang,
	<b>Pr:mental</b>

DD/6/3.2d	direspect,
	<b>Pr:mental</b>

DD/6/3.2e	diikuti,
	<b>Pr:material</b>

DD/6/3.2f	sama berpengaruhnya	seperti wanita besi, Margareth Thatcher.
	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

DD/6/3.3a	Apa	yang membuat pemimpin	mempunyai	'keberadaan' kuat seperti ini?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

DD/6/3.4a	Apa	yang membuat pengikut	'jatuh cinta'	pada pemimpinnya?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/3.5a	Apa	yang membuat bawahan	mengagumi
	<b>Kt.tanya</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

DD/6/3.5b	dan	'percaya'	pada apa yang dinyatakan pemimpinnya?
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

DD/6/3.6a	Pendapat	bahwa	karakter	yang merupakan	'bawaan' kepribadian,
-----------	----------	-------	----------	----------------	-----------------------

	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>konj</b>	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>
--	--------------------------	-------------	--------------	----------------------	--------------

DD/6/3.6b	sangat menentukan	pengaruh,	tidak selalu benar,
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/3.6c	karena	orang yang pendiam, kecil tidak 'keren' pun	terkadang bisa berpengaruh.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

DD/6/3.7a	Berarti benar,	<i>some things need to be believed to be seen,</i>
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>

DD/6/3.7b	kata	orang.
	<b>Pr:verbal</b>	<b>sayer</b>

DD/6/4.1a	Dari beberapa contoh,	kita	bisa belajar
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

DD/6/4.1b	bahwa	otoritas pengikut atau masyarakat	seringkali diperoleh	seorang pemimpin
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>aktor</b>

DD/6/4.1c	setelah	ia	membuktikan	"harga"-nya	di depan 'mata-kepala' pengikutnya,	bukan karena cerita atau kata-kata.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/4.2a	Banyak orang	mengatakan
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

DD/6/4.2b	bahwa	pemimpin	harus menjadi	model, contoh	bagi pengikutnya.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/4.3a	Namun,	sering kali	hal itu pun	masih tidak cukup.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

DD/6/4.4a	Kita	bisa melihat
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

DD/6/4.4b	bahwa	pamor yang dipancarkan seorang pemimpin	benar-benar datang	dari tingkah lakunya.
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/4.5a	Bila	individu	betul-betul	serius ingin mengembangkan	kedekatan dan pengaruhnya,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

DD/6/4.5b	ia	mesti terlihat	menciptakan hal-hal yang baik,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

DD/6/4.5c	bahkan	perlu membuktikan	kemampuannya menghadapi situasi-situasi sulit, berkonflik, dan mendesak.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

DD/6/4.6a	Melalui situasi seperti itulah	orang	bisa menyaksikan	obsesi, standar dan fokus kita	sebagai pemimpin.
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan peran</b>

DD/6/4.7a	Melalui situasi sehari-harilah	orang	mengetahui
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

DD/6/4.7b	bagaimana	kita	meng- <i>'approach'</i>	orang lain,
	<b>Kt.tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

DD/6/4.7c	berbicara	secara tulus dan jujur,
	<b>Pr:verbal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

DD/6/4.7d	dan	bagaimana	kita	menyalurkan	emosi kita	secara positif.
	<b>konj</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

DD/6/5.1a	Kita	tentu pernah mendengar	cerita Bung Karno yang rutin mengunjungi rumah-rumah pegawai istana
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>



DD/6/5.1b	dan	<i>menyomot</i>	tempe goreng	masakan dari dapur rumah pegawai.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/5.2a	Bila	kita	telaah,
	<b>konj</b>	<b>actor</b>	<b>Pr:material</b>

DD/6/5.2b	sebetulnya	banyak hal	yang bisa dilakukan
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

DD/6/5.2c	untuk menunjukkan	kita “hadir”	untuk tim.
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/5.3a	Kepala pabrik,	bisa melakukan	<i>briefing</i> harian	di lapangan
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/5.3b	dan kemudian	berkeliling	pabrik	untuk menegur dan menyapa bawahan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/5.4a	Kepala sekolah,	kadang perlu berdiri	di gerbang masuk,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/5.4b	memberi	salam pagi	pada setiap murid.
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>client</b>

DD/6/5.5a	CEO pun	bisa memilih	untuk tidak berada di ruangan terpisah, makan siang dikantin, bisa disapa dan didatangi siapa saja.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

DD/6/5.6a	Semua tingkah laku ini	adalah	contoh
	<b>atribut</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>carrier</b>

DD/6/5.6b	bagaimana	orang	bisa memancarkan	pamornya yang didasari ketulusan, nilai-nilai yang jelas, dan keyakinan diri.
-----------	-----------	-------	------------------	---

	<b>Kt:tanya</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>
--	-----------------	---------------	------------------	-------------------

DD/6/5.7a	Tidak ada	kekhawatiran
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

DD/6/5.7b	bahwa	kedekatan	membuat	anak buah “kurang ajar”.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Goal</b>

DD/6/5.8a	Tidak ditemui juga	niat untuk “jaga <i>image</i> ”.
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

DD/6/5.9a	Bisa	kita bayangkan,
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

DD/6/5.9b	bagaimana	reaksi para ‘ <i>follower</i> ’	bila pemimpin seperti ini	mengajak	untuk melakukan sesuatu.
	<b>Kt.tanya</b>	<b>phenomenon</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

DD/6/5.10a	Otoritas	tidak penting	di sini,
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/5.10b	otoritas	seolah sudah mengalir	dalam diri pemimpinnya.
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Recipient</b>

DD/6/6.1a	Membaaur	dengan bawahan atau rakyat,
	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/6.1b	bukan berarti	kita benar-benar ‘menyamakan’ diri.
	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

DD/6/6.2a	Sebagai leader,	kita	mempunyai	kewajiban memberi arah.
	<b>Sirkumstan peran</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

DD/6/6.3a	Namun,	dari 'pengalaman' menghadapi satu situasi bersama,	bawahan	akan merekatkan	perasaannya pada <i>leademya</i> .
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

DD/6/6.4a	Itu sebabnya,	mau tidak mau,	pemimpin	perlu berhati-hati	dalam tindakannya.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

DD/6/6.5a	Pemimpin	perlu memiliki	ketajaman persepsi dan kesiapan ekstra.		
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>		

DD/6/6.6a	Kesalahan atau masalah,	perlu ditangani	dengan bijaksana,
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

DD/6/6.6b	tidak diulang.
	<b>Pr:material</b>

DD/6/6.7a	Bahkan,	orang lain	perlu menyaksikan
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

DD/6/6.7b	bahwa	kita	sebagai pemimpin	memiliki	jiwa pembelajar
	<b>konj</b>	<b>possessor</b>	<b>Sirkumstan peran</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

DD/6/6.7c	dan	berguru	pada pengalaman.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

DD/6/6.8a	Walau	kita	tahu
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

DD/6/6.8b	bahwa	pemimpin	perlu mempunyai	visi dan pandangan jauh ke depan,
	<b>konj</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

DD/6/6.8c	orientasi ' <i>here and now</i> '-nya	tetap harus kuat.
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

DD/6/7.1a	Keberadaan pemimpin	sangat berpengaruh	pada spirit anak buah,
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/7.1b	untuk itu	ia	perlu hadir	dalam proses,
	<b>konj</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/7.1c	<i>"being in the zone".</i>
	<b>Pr:verbal</b>

DD/6/7.2a	Jadi,	seorang pemimpin	tidak bisa membiarkan	dirinya tidak tahu apa-apa,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

DD/6/7.2b	apalagi	mengatakan
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>

DD/6/7.2c	bahwa	saat kesalahan terjadi,	ia	kebetulan tidak hadir	di situ.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>eksistensi</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

DD/6/7.3a	Tindakan seperti ini	bukan sekedar menandakan	tidak bertanggung jawabnya seorang pemimpin,	tapi
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>konj</b>

juga ketidakmampuannya untuk berlaku sebagai pemimpin.
<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/7.4a	Pemimpin	perlu bertindak	apa adanya,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

DD/6/7.4b	merasa	'comfortable'	dengan dirinya,
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

DD/6/7.4c	sehingga	membiarkan	dirinya terekspresikan	apa adanya.
-----------	----------	------------	------------------------	-------------

	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan manner</b>
--	-------------	------------------	-------------------	--------------------------

DD/6/7.5a	Kita	perlu ingat,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

DD/6/7.5b	kehadiran	(adalah)	bukan suatu respons
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

DD/6/7.5c	melainkan	suatu pancaran	yang di'rasa'kan	orang lain,	secara kontinyu.
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>senser</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

DD/6/7.6a	Bukan sekali-sekali.
	<b>Sirkumstan manner</b>

## Teks 7. BERBAHAGIA

BB/7/1.1a	Bahagia di tempat kerja	jelas hal penting.
	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Pr:mental</b>

BB/7/1.2a	Kita	bisa bayangkan	betapa tidak cuma produktivitas dan kinerja yang terganggu
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

BB/7/1.2b	bila	individu	tidak <i>happy</i>	dalam bekerja,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

BB/7/1.2c	lingkungan kerja pun	pasti jadi terasa	berat dan melelahkan.
	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

BB/7/1.3a	Tak heran
	<b>Pr:mental</b>

BB/7/1.3b	bila	banyak organisasi	membuat	<i>survey</i>	untuk memahami seberapa <i>happy</i> dan puasny karyawan,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

BB/7/1.3c	bahkan	mengukur	perkembangan keakraban, keterikatan emosi dan kebahagiaan karyawan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/1.4a	Hasil <i>survey</i>	akan menjadi	dasar	untuk mendalami aspek
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

BB/7/1.4b	yang menjadi	penyebab tidak bahagiannya karyawan
	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

BB/7/1.4c	dan	faktor apa	yang bisa membuat	karyawan lebih bahagia.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/1.5a	Bila	mayoritas karyawan	menyampaikan
	<b>konj</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

BB/7/1.5b	bahwa	uang bukan faktor terpenting	yang membawa	kebahagiaan,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/1.5c	maka	manajemen	akan memutar	otak
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/1.5d	dan	berpaling	pada sikap atasan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

BB/7/1.6a	Atasannya	yang perlu membuat	bawahan lebih bahagia.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/1.7a	Bila keluhan berkisar seputar ' <i>work life balance</i> ',		maka	jam kerja	yang akan ditilik,
	<b>Sirkumstan muasal</b>		<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

BB/7/1.7b	disorot,
	<b>Pr:mental</b>

BB/7/1.7c	dibenahi,
	<b>Pr:material</b>

BB/7/1.7d	bahkan	diperpendek.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>

BB/7/1.8a	Padahal,	di sisi lain,	si pekerja keras,	membutuhkan	jam kerja panjang	untuk berprestasi 'lebih'
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

BB/7/1.8b	dan	menjadi	<i>'the best'.</i>
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

BB/7/1.9a	Belum lagi	kita	bicarakan	ketidakjelasan kebijakan, main politik, perubahan yang tidak masuk akal dan segala faktor
	<b>kon</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>

BB/7/1.9b	yang dengan otomatis	akan membuat	hati bingung, gundah dan tidak aman.
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/1.10a	Begitu kompleksnya	faktor	yang menciptakan	rasa bahagia ini,
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/1.10b	sehingga	kadang teori manapun yang digunakan	sulit untuk menjawab	apa yang bisa mendongkrak semangat dan prestasi karyawan lagi.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/1.11a	Kita pun	segera bisa melihat	kebenaran pendapat ahli
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

BB/7/1.11b	yang mengatakan
	<b>Pr:verbal</b>

BB/7/1.11c	bahwa	mempengaruhi	motivasi karyawan dengan faktor eksternal	hanyalah mitos,
------------	-------	--------------	---	-----------------

	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>
--	-------------	------------------	-------------------	--------------------------

BB/7/1.11d	karena	tidak bisa membuat	rasa bahagia karyawan bertahan lama.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/2.1a	Kadang	kita	lupa
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

BB/7/2.1b	dan	memang tidak terpikir
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

BB/7/2.1c	bahwa	kebahagiaan	tidak selalu merupakan	konsekuensi dari tindakan tertentu.
	<b>konj</b>	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

BB/7/2.2a	Bukankah	banyak pesan bijak	yang menganjurkan	tiap individu	untuk mengupayakan kebahagiaan dirinya sendiri?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>verbiage</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>receiver</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

BB/7/2.3a	Misalnya saja,	dalam situasi pernikahan yang diharapkan	setidaknya <i>survive</i>	paling tidak setengah abad.
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

BB/7/2.4a	Kita	sering mendengar	pesan perkawinan
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

BB/7/2.4b	yang mengatakan
	<b>Pr:verbal</b>

BB/7/2.4c	bahwa	kitalah	yang harus menjadi	subyek perkawinan
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

BB/7/2.4d	dan	bukan (menjadi)	obyek atau bahkan korban perkawinan tersebut.
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>



BB/7/2.5a	Kita	yang harus aktif	membahagiakan diri.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

BB/7/2.6a	Ini	berarti,	bahagia bukanlah status,
	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

BB/7/2.6b	tetapi	sifatnya	(adalah) aktif
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

BB/7/2.6c	dan	berbentuk	tindakan, alias “kata kerja”.
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

BB/7/2.7a	Jadi	dalam konteks bekerja,	individu	tidak bisa meletakkan	kebahagiannya semata	pada faktor eksternal di luar dirinya,
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

BB/7/2.7b	namun	kita	sebagai pekerjalah	yang harus berbahagia sendiri.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Sirkumstan peran</b>	<b>Pr:mental</b>

BB/7/2.8a	Manajemen pun	tidak bisa selalu berkuat	pada hal-hal eksternal	di luar individu,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

BB/7/2.8b	tetapi	justu memikirkan	bagaimana individu berbahagia dengan tugasnya, timnya, perusahaannya,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

BB/7/2.8c	dan	secara aktif pula	mengupayakan	kebahagiaannya.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/3.1a	Masih banyak orang	berpendapat
	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

BB/7/3.1b	bahwa	professional sejati	perlu lebih mengedepankan	“thinking” atau kekuatan berpikir,	daripada kekuatan rasa atau emosi.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

BB/7/3.2a	Menampilkan	emosi,	saat mengambil keputusan atau adu argumen	dalam diskusi,
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

BB/7/3.2b	bahkan	dianggap	kurang profesional.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

BB/7/3.3a	Jadi,	apakah	kira-kira	kita	seperti Mr Spock dalam Star Trek	yang mengatakan:
	<b>konj</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>konj</b>	<b>sayer</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:verbal</b>

BB/7/3.3b	<i>"Emotions are alien to me. I'm a scientist."</i>				
	<b>Pr:verbal</b>				

BB/7/3.4a	Padahal,	jelas kita	tidak bisa meninggalkan	emosi kita	di rumah atau di tempat parkir.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

BB/7/3.5a	Di tempat kerja,	kita	pasti akan resah
	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

BB/7/3.5b	bila	menghadapi	muka-muka tembok tanpa ekspresi.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/3.6a	Maukah	kita	bekerja	hanya karena diperbudak gaji,	tanpa keterlibatan emosi dan motivasi,
	<b>Kt.tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:melakukan</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>

BB/7/3.6b	yang kesemuanya	adalah	aspek emosional?
	<b>atribut</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>carrier</b>

BB/7/3.7a	Bila	kita	mengupayakan	spirit dan motivasi karyawan yang bersumber dari <i>happiness</i> -nya,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/3.7b	jelas	kita	perlu mendalami	keadaan emosi manusia.
-----------	-------	------	-----------------	------------------------

	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>
--	-------------	---------------	--------------------	-------------

BB/7/4.1a	Sistem manusia	tidak mungkin bekerja	tanpa emosi.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>

BB/7/4.2a	Bagaimana	mungkin	orang	mengambil	keputusan	tanpa berempati?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>

BB/7/4.3a	Ada	cerita mengenai seorang karyawan hotel
	<b>Pr:eksistensi</b>	<b>eksistensi</b>

BB/7/4.3b	yang	mau bersusah payah	mencarikan	<i>aquarium</i> kecil untuk ikan mas yang dibawa tamu ciliknya.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/4.4a	la	sampai meminjam	ke hotel tetangga.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

BB/7/4.5a	Ketika	ditanya
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>

BB/7/4.5b	mengapa	ia	menjalankan	tindakan	di luar standar operasi,
	<b>Kt.tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

BB/7/4.5c	ia	mengatakan,
	<b>sayer</b>	<b>atribut</b>

BB/7/4.5d	"Bisakah Anda membayangkan anak yang semalaman merasa khawatir dan orang tua yang gelisah menginap di hotel kita?"				
	<b>Pr:verbal</b>				

BB/7/4.5e	"Saya ingin bekerja untuk pelanggan yang 'happy', supaya saya juga <i>happy</i> ."				
	<b>Pr:verbal</b>				

BB/7/4.6a	Hubungan tim pun	tidak mungkin kalau tidak mengandung	unsur pertemanan yang melibatkan emosi.
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

BB/7/4.7a	Seorang karyawan <i>Southwest Airlines</i>	berkomentar,
	<b>ssayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

BB/7/4.7b	"Tempat ini begitu seru. Saya tidak bisa <i>resign</i> , karena teman-teman kerja di sini terlalu asik".		
	<b>Pr:verbal</b>		

BB/7/4.8a	Perusahaan	yang berhasil menjaga	motivasi karyawannya,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/4.8b	sadar betul	akan hal ini,
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

BB/7/4.8c	bahkan	memberi	ruang
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/4.8d	agar	karyawan	menjadikan	perusahaan	tempat mengekspresikan emosinya,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

baik dalam diskusi, bersikap, bertindak, menghasilkan produk, juga mengambil keputusan.	
<b>Sirkumstan manner</b>	

BB/7/5.1a	Menciptakan	ruang emosi,
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/5.1b	bukan secara harafiah	menciptakan	ruang untuk menangis, marah-marah, atau sejenisnya.
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/5.2a	Hal yang diperlukan	justru memeriksa	<i>'job loading'</i> ,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/5.2b	di mana	setiap tugas	dianalisis kembali	bobot keasikannya, tantangannya,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/5.2c	menambah	bobot pada hal-hal yang menggugah emosi,		
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>		

BB/7/5.2d	termasuk	melakukan	rotasi dan mendelegasi,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/5.2e	termasuk	menghilangkan	birokrasi berbelit-belit yang membuat karyawan merasa lelah atau tidak berarti.	
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	

BB/7/5.3a	Belajar, berkreasi dan bekerjasama		dibuat	kencang,
	<b>goal</b>		<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

BB/7/5.3b	diharuskan,
	<b>Pr:mental</b>

BB/7/5.3c	sekaligus	dijaga	agar konstruktif.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

BB/7/5.4a	Grup hotel Shangrilla		berhasil menjaga	motivasi karyawan	justro dari " <i>Listening meetings</i> ",
	<b>aktor</b>		<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

BB/7/5.4b	di mana	karyawan	yang berbuat salah
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

BB/7/5.4c	malah	diberi	kesempatan bicara dan didengarkan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

BB/7/5.5a	Kesalahan	dibedah	bukan dengan suasana negatif, tetapi konstruktif.
-----------	-----------	---------	---

	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>
--	-------------	--------------------	--------------------------

BB/7/5.6a	Melalui meeting itu,	diadakan	perbaikan standar, ceklis, juga perbaikan sikap.
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:eksistensi</b>	<b>eksistensi</b>

BB/7/5.7a	Dengan cara ini,	turnover karyawan	malah bisa ditekan
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

BB/7/5.7b	dan	karyawan	lebih 'happy'.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

BB/7/5.8a	<i>Worklife balance</i> , sikap atasan,		bukannya tidak penting,
	<b>phenomenon</b>		<b>Pr:mental</b>

BB/7/5.8b	namun	sifatnya	lebih "bumbu" (menambah-nambahkan) saja,
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

BB/7/5.8c	sementara	pekerjaannya sendiri	tetap menjadi	inti dan sumber utama happiness karyawan.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

BB/7/5.9a	Penelitian ahli teori motivasi Herzberg yang terakhir,			juga mengemukakan
	<b>verbiage</b>			<b>Pr:verbal</b>

BB/7/5.9b	bahwa	hal yang lebih terbuka untuk dikotak-katik	adalah	esensi dari pekerjaan yang dilakukan.
	<b>konj</b>	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

BB/7/5.10a	Manajemen	perlu benar-benar memikirkan	bagaimana 'mengawinkan' individu dengan pekerjaannya,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

BB/7/5.10b	sehingga	individu	memang membahagiakan	dirinya sendiri.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

BB/7/5.11a	Bila	ini	terjadi,
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

BB/7/5.11b	hal-hal lain,		pasti akan mengikutinya.
	<b>Sirkumstan manner</b>		<b>Pr:material</b>

### Teks 8. MENDENGARKAN

Men/8/1.1a	Bila	berbicara	dengan orang yang sudah sepuh, berusia di atas 80-an,	
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>receiver</b>	

Men/8/1.1b	kita	tentu menyadari
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/1.1c	bahwa	untuk memasukkan	isi pembicaraan kita	ke dalam pemahamannya,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Men/8/1.1d	biasanya	kita	perlu berbicara	dengan volume lebih keras, lebih perlahan,
	<b>konj</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/1.1e	menggunakan	kata sederhana dan mudah dimengerti,
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/1.1f	juga membatasi	kata-kata kita.
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/1.2a	Mengapa?
	<b>Kt.tanya</b>

Men/8/1.3a	Nenek atau kakek ini,	meskipun menunjukkan	usaha untuk mendengarkan apa yang kita bicarakan,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/1.3b	namun	kemampuan reseptif alias kemampuan mencernanya	sudah tidak 100% bekerja lagi.
------------	-------	--	--------------------------------

	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>
--	-------------	-------------	--------------------

Men/8/1.4a	Kebanyakan,	memori mereka	sudah tidak lagi sempurna	untuk mengaitkan apa yang baru diterimanya.
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Men/8/1.5a	Bisakah	kita	bayangkan	dalam posisi seperti orang tua tersebut?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/1.6a	Tentu	kemampuan kita dalam menerima informasi	menjadi	sangat terbatas.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Men/8/1.7a	Kita	mungkin sering tidak menyadari
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/1.7b	bahwa	dengan kemampuan mendengar yang sempurna sekalipun,	kita	kerap tidak mencerpap	informasi secara keseluruhan.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/2.1a	Pernahkah	di dalam rapat,	kita	memikirkan hal lain
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/2.1b	atau	berbicara sendiri	dengan orang di sebelah kita
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>Receiver</b>

Men/8/2.1c	karena	ada	agenda pembicaraan lain di luar topik yang tengah dibicarakan dalam rapat?
	<b>konj</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

Men/8/2.2a	Bisa jadi,	kita	menatap	lawan bicara,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/2.2b	mendengar	semua kata-katanya,
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/2.2c	mengangguk-angguk	seolah mengerti,
------------	-------------------	------------------



	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>
--	--------------------	-------------

Men/8/2.2d	namun	sebetulnya tidak menyerap
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/2.2e	dan	mengolah	informasi yang kita terima.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/2.3a	Ada	orang yang sibuk dengan pikirannya sendiri,
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

Men/8/2.3b	ada	(orang) yang bersiap-siap untuk membantah,
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

Men/8/2.3c	ada juga	orang yang tidak mengerti tetapi tidak menyatakannya.
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

Men/8/2.4a	Apa	akibatnya?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Men/8/2.5a	Topik pembicaraan	yang didiskusikan,
	<b>verbiage</b>	<b>Pr:verbal</b>

Men/8/2.5b	tidak sempat	kita kembangkan	menjadi	tindak lanjut yang berarti dan serius.
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Men/8/2.6a	Bayangkan	berapa	banyak waktu	yang kita	uang-buang
	<b>Kt.pengandai</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>goal</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

Men/8/2.6b	dengan	tidak benar-benar mendengarkan	apa yang dikatakan orang lain?
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/2.7a	Kita	jelas tidak menambah	pengetahuan, wawasan kita	dari diskusi yang terjadi.
------------	------	----------------------	---------------------------	----------------------------

	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	
--	--------------	--------------------	-------------	--

Men/8/2.8a	Bagaimana	kita	bisa mengembangkan	solusi, tindak lanjut dan keputusan yang tajam
	<b>Kt.tanya</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Men/8/2.8b	bila	tidak benar-benar mendengarkan?
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/3.1a	Mendengarkan	tidak sama dengan	mendengar kita tahu
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Men/8/3.1b	bahwa	berkat dari alam semesta,	yaitu	kemampuan mendengar,
	<b>konj</b>	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

Men/8/3.1c	dimiliki	hampir semua orang.
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/3.2a	Kita	mengindrai	suara	secara otomatis.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/3.3a	Namun,	dengan akal budi yang kita miliki,	manusia	sebenarnya bisa memanfaatkan	pendengaran dan indra lainnya secara lebih.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/3.4a	Koordinasi panca indra	bisa mengaktifkan	untuk mengaktifkan intuisi
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/3.4b	atau	sering diistilahkan	orang sebagai indra ke-6.
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>

Men/8/3.5a	Dengan sedikit upaya lebih,	selain mendengar,	kita	bisa membaca	pesan-pesan <i>nonverbal</i> yang disampaikan orang.
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/3.6a	Di sini,	atensi kita	juga sangat penting.
	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/3.7a	Dengan mengaktifkan indra kita secara serius,		fungsi interpretasi dalam pemikiran kita	terdorong	untuk bekerja intensif
	<b>Sirkumstan manner</b>		<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Men/8/3.7b	dan	mulai mengaktifkan	memori jangka panjang maupun jangka pendek,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/3.7c	kemudian	meramunya	dengan informasi yang baru masuk.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/3.8a	Disinilah	proses pemahaman	bekerja	dengan lebih baik.
	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/4.1a	Bila	berita yang masuk optimal,	berita tersebut	sudah terolah	melalui proses interpretasi yang sempurna,
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/4.1b	maka	si pendengar	bisa berespons,
	<b>konj</b>	<b>receiver</b>	<b>Pr:verbal</b>

Men/8/4.1c	bisa menyimpannya	di dalam memori,
	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Men/8/4.1d	membuat	penilaian
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/4.1e	dan	menjawab	sesuai dengan pemikiran dan pendapatnya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/4.2a	Disinilah	kita	bisa membedakan	pendengar dengan atensi yang kuat dengan yang lemah.
	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/4.3a	Orang	yang dikatakan	pendengar yang baik,
	<b>receiver</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>

Men/8/4.3b	memfokuskan	atensi
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/4.3c	dan	sudah biasa memproses	hasil pendengarannya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/4.4a	Betapa	“powerful”-nya individu	yang bisa memanfaatkan	proses sederhana ini,	untuk membantu dirinya dalam memberi solusi,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Men/8/4.4b	juga	mengambil	keputusan	dengan tepat sasaran dan terarah.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/4.5a	Tidakkah kita	ingin bisa juga menjadi	pendengar yang baik?
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Men/8/5.1a	Kita	tahu
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/5.1b	bahwa	perusahaan servis	banyak menyediakan	pos-pos ‘customer service’	untuk mendengarkan keluhan pelanggan.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Men/8/5.2a	Bahkan,	pos-pos pelayanan pelanggan ini pun	“beroperasi” juga	di sosial media.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/5.3a	Namun,	kita pun	menyaksikan
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/5.3b	betapa	banyak perusahaan ini	seolah tidak coba	betul-betul memahami, berempati dan menindaklanjuti keluhan pelanggan tersebut.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/5.4a	Ini	tentu malah menjadi	masalah baru,
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Men/8/5.4b	karena	pelanggan	jadi makin kesal
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/5.4c	dan	frustrasi.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/5.5a	Mengapa	hal ini	terjadi?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

Men/8/5.6a	Permasalahannya	adalah	mendengar saja tidak berarti otomatis menyelesaikan masalah.
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Men/8/5.7a	Setiap keluhan pelanggan	adalah	1 kasus yang tidak hanya perlu didengar dan dipahami,
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Men/8/5.7b	tapi	harus dibedah
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>

Men/8/5.7c	dan	diproses	sampai tuntas.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/5.8a	Andaikata saja	kita	menyediakan	waktu cukup	untuk mencerna dan memproses berita yang sampai dan menindaklanjutinya,
	<b>Kt.pengandai</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Men/8/5.8b	kita	bisa mendapatkan	banyak manfaat
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/5.8c	ketimbang	mengacuhkannya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/5.9a	Garuda Indonesia,	misalnya,	melalui <i>twitter</i>	menanggapi	keluhan pelanggan mengenai keterlambatan	dengan sopan dan informatif.
	<b>senser</b>	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/5.10a	Alhasil,	si pelanggan yang kebetulan mempunyai banyak follower ini		mengucapkan	terima kasih	secara terbuka pula.
	<b>konj</b>	<b>sayer</b>		<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/5.11a	Alangkah	besar pengaruh positif	yang didapat
	<b>Kt.afektif</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

Men/8/5.11b	bila	kita	betul-betul serius mendengarkan	keluhan pelanggan.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/6.1a	Kita	sering menjadikan	kegiatan mendengar ini sekedar jargon dan <i>'take for granted'</i> .	
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	

Men/8/6.2a	Apa	buktinya?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Men/8/6.3a	Apakah	kita terbisaa mencatat	apa yang dikatakan orang lain dalam rapat?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/6.4a	Apakah	kita	mengolah dulu	apa yang kita dengar kemudian baru berespons?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/6.5a	Apakah	dalam <i>'talkshow'</i>	kita	sempat menunggu	orang lain selesai bicara
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

tanpa sibuk mempersiapkan apa yang akan kita katakan?

Sirkumstan kelengkapan
------------------------

Men/8/6.6a	Apakah	dalam menginterview	kita	serius melakukan	'probing' alias sambungan pertanyaan
	<b>Kt.tanya</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/6.6b	dari	apa	yang sudah diceriterakan	orang?
	<b>konj</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>sayer</b>

Men/8/6.7a	Kalau	kita	tidak memahami	istilah tertentu,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/6.7b	apakah	kita	melakukan	pendalaman
	<b>Kt.tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/6.7c	dan	menanyakan	apa artinya istilah tersebut?
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>

Men/8/6.8a	Apakah	kita	betul-betul mendengarkan,
	<b>Kt.tanya</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/6.8b	bukan hanya pura-pura terlihat		melibatkan emosi kita dalam suatu percakapan?	
	<b>Pr:mental</b>		<b>phenomenon</b>	

Men/8/7.1a	Ungkapan	para ahli komunikasi
	<b>Pr:verbal</b>	<b>sayer</b>

Men/8/7.1b	bahwa	mendengar lebih penting dari berbicara	memang memerlukan	praktek yang jelas.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Men/8/7.2a	Kita	tidak bisa mendengar	sepotong-sepotong.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/7.3a	Kita juga	tidak bisa mengklaim	telah mendengar
------------	-----------	----------------------	-----------------

	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>
--	--------------	--------------------	-------------

Men/8/7.3b	bila	tidak mengendapkan
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>

Men/8/7.3c	dan	mengkaitkan	informasi yang masuk	dengan memori dan pengetahuan kita.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Men/8/7.4a	Jadi,	proses mendengarkan	lawan bicara,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/7.4b	walaupun	terlihat cepat dan sederhana,	adalah	proses yang kompleks dan lengkap.
	<b>konj</b>	<b>atribut</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>carrier</b>

Men/8/7.5a	Jadi	bukannya bicara,
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>

Men/8/7.5b	tetapi	mendengarkanlah	yang harus dikembangkan	dalam budaya kita.
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Men/8/7.6a	Mendengarkan	jauh lebih penting	daripada kegiatan berkoar-koar
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Men/8/7.6b	mengatakan	bahwa	perusahaan, lembaga, atau negara kita ini terbaik.
	<b>Pr:verbal</b>	<b>konj</b>	<b>verbiage</b>

Men/8/7.7a	Bisa	kita bayangkan
	<b>Pr:material</b>	<b>phenomenon</b>

Men/8/7.7b	bila	dalam organisasi kita,	semua orang	rajin mendengar,
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan material</b>	<b>senser</b>	<b>phenomenon</b>



Men/8/7.7c	mencatat,
	<b>Pr:material</b>

Men/8/7.7d	dan	mencerna,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

Men/8/7.7e	serta	menindak lanjuti	baik permintaan pelanggan ataupun kejadian	di pasar,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Men/8/7.7f	alangkah	majunya	kita.
	<b>Kt.afeksi</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>senser</b>

### Teks 9. MARTABAT

Mar/9/1.1a	Dalam situasi silaturahmi,	ketika	orang tua	bertemu	dengan teman anaknya atau, lebih jauh lagi, calon menantunya,
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/1.1b	sering	pertanyaan yang terlontar pertama kali	adalah,
	<b>konj</b>	<b>atribut</b>	<b>Pr:relasional</b>

Mar/9/1.1c	"Anak siapa kamu?".
	<b>Pr:verbal</b>

Mar/9/1.2a	Meski	jaman semakin modern,	kita	memang tetap memperhatikan	kriteria " <i>bibit, bebet, bobot</i> "	sebagai radar
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan peran</b>

Mar/9/1.2b	untuk	menimbang	martabat seseorang.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/1.3a	Ukuran	seperti asal usul, latar belakang keluarga, profesi, pekerjaan, jabatan, kepintaran	masih menjadi
	<b>carrier</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:relasional</b>

faktor krusial yang ditimbang-timbang oleh keluarga.
<b>atribut</b>

Mar/9/1.4a	Situasi seperti ini,	membuat kita pun	seringkali tergerak	untuk menjawab “siapa kita”
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Mar/9/1.4b	dan	siapa	anggota keluarga	yang baru masuk,
	<b>konj</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

Mar/9/1.4c	dan	menimbang	‘martabat’-nya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/1.5a	Pada saat itulah	kita	seolah sedang menimbang	“harga” kita	di mata masyarakat.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Mar/9/2.1a	Kita	tidak bisa menutup	mata
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/2.1b	bahwa	orang-orang yang dinilai “bergengsi” di masyarakat	biasanya adalah	mereka yang punya mobil bagus dan rumah megah.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Mar/9/2.2a	Anak muda, anak kecil, calon mertua, bahkan tetangga	akan berdecak kagum
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

melihat individu yang datang dengan mobil mewah dan penampilan mentereng.
<b>phenomenon</b>

Mar/9/2.3a	Kita pun	kerap melihat	uang
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/2.3b	bisa menjadi	daya tarik yang ‘sexy’	bagi wanita-wanita cantik
	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Mar/9/2.3c	untuk	berminat	digauli pria tua yang tidak mungkin memenuhi kriteria sebagai pria idolanya.	
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	

Mar/9/2.4a	Kita	sering terkagum-kagum	dengan penampilan luar individu,	
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	

Mar/9/2.4b	dan tiba-tiba	tidak lagi memikirkan		
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>		

Mar/9/2.4c	atau	mempertanyakan	kualitas diri si empunya,	apa karya dan prestasinya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>	<b>verbiage</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Mar/9/2.5a	Padahal,	ada juga	orang yang cukup terpandang dan banyak berkarya,	
	<b>konj</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>	

Mar/9/2.5b	namun	tidak terlalu mempedulikan	apa kata masyarakat tentang dirinya,	
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	

Mar/9/2.5c	bahkan	bergaya	<i>"dressing down",</i>	
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	

Mar/9/2.5d	sehingga	dalam pertemuan-pertemuan	tidak dikenali	sebagai <i>"somebody"</i> .
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/2.6a	Benarkah	kita	sudah begitu silau	oleh materialisme,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/2.6b	sampai-sampai	tidak bisa lagi membedakan	mana orang yang benar-benar berhak bergengsi dan yang hanya bergengsi karena uangnya?	
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	

Mar/9/2.7a	Apakah	kita	memang sudah menggeser	cara menilai kualitas manusia
	<b>Kt.tanya</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/2.7b	atau	memang sudah tidak menganggap penting	nilai-nilai yang pada era lalu masih banyak dijadikan patokan masyarakat?
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/3.1a	Mengetahui betapa	ada	orang
	<b>konj</b>	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksistensi</b>

Mar/9/3.1b	sampai mempunyai	mobil mewah lebih daripada yang mungkin bisa dikonsumsi dan dinikmatinya,	
	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>	

Mar/9/3.1c	kita	tentu tergelitik	untuk berpikir:
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/3.1d	apa	sebetulnya yang	kita	kejar
	<b>Kt.tanya</b>	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>pr:material</b>

Mar/9/3.1e	dan	apa	yang butuhkan	untuk bisa puas dan punya "nilai"	di mata masyarakat?
	<b>konj</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Mar/9/3.2a	Kita	tentu familiar	dengan 5 aspek piramida kebutuhan dari psikolog gaek, Abraham Maslow,	
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	

Mar/9/3.2b	yang sudah dikenal	sejak tahun 1940-an.
	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

Mar/9/3.3a	Kita	tidak banyak mengetahui
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Mar/9/3.3b	bahwa	pada tahun 1970-an	piramida kebutuhan tersebut	sudah ditambah	dengan dua aspek,
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:Material</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Mar/9/3.3c	yaitu	kognitif (kebutuhan untuk mengembangkan pengetahuan, mengasah intelektualitas, memahami arti dari apa			
------------	-------	---	--	--	--

		yang dikerjakan) dan estetika (apresiasi terhadap seni, keindahan, tren, keseimbangan).
	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Mar/9/3.4a	Pada tahun 1990, <b>Sirkumstan waktu</b>	teori Maslow <b>phenomenon</b>	bahkan dikembangkan lagi <b>Pr:mental</b>	dengan " <i>transcendence needs</i> " <b>Sirkumstan manner</b>	di puncak piramida, <b>Sirkumstan tempat</b>
------------	---	-----------------------------------	--	---	---

Mar/9/3.4b	yaitu <b>Pr:relasional</b>	kebutuhan untuk menolong orang lain mencapai aktualisasi diri. <b>value</b>
------------	-------------------------------	--

Mar/9/3.5a	Jelas-jelas <b>konj</b>	kebutuhan materialistis <b>goal</b>	letaknya <b>Pr:material</b>	di bagian bawah piramida saja. <b>Sirkumstan tempat</b>
------------	----------------------------	--	--------------------------------	--

Mar/9/3.6a	Kita pun <b>sayer</b>	bisa jadi bertanya-tanya, <b>Pr:verbal</b>
------------	--------------------------	---

Mar/9/3.6b	inikah <b>konj</b>	yang sering membuat individu <b>aktor</b>	tidak bisa membuat <b>Pr:material</b>	batas kepuasan? <b>goal</b>
------------	-----------------------	--	--	--------------------------------

Mar/9/3.7a	Bisakah <b>konj</b>	kita <b>aktor</b>	tidak mendekatkan <b>Pr:material</b>	kesuksesan <b>goal</b>	dengan pangkat dan kekuatan finansial? <b>Sirkumstan manner</b>
------------	------------------------	----------------------	---	---------------------------	--

Mar/9/3.8a	Teori Maslow <b>phenomenon</b>	mengingatkan <b>Pr:mental</b>
------------	-----------------------------------	----------------------------------

Mar/9/3.8b	bahwa bila <b>konj</b>	kebutuhan sandang pangan <b>phenomenon</b>	sudah terpenuhi, <b>Pr:mental</b>
------------	---------------------------	---	--------------------------------------

Mar/9/3.8c	bila <b>konj</b>	kita <b>possessor</b>	sudah mempunyai <b>Pr:relasional</b>	sedikit tabungan masa depan, <b>possessed</b>
------------	---------------------	--------------------------	---	--

Mar/9/3.8d	marilah <b>Kt.ajakan</b>	kita <b>senser</b>	mulai memikirkan <b>Pr:mental</b>	orang lain dan hubungan kita dengan orang lain. <b>phenomenon</b>
------------	-----------------------------	-----------------------	--------------------------------------	--

Mar/9/3.9a	Rasa berharga dan bermartabat	sebetulnya bisa	kita	peroleh
	<b>phenomenon</b>	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

dari dalam diri, keluarga, profesi dan pekerjaan
<b>Sirkumstan manner</b>

Mar/9/3.9b	yang	yang bisa menolong	orang
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/3.9c	dan	memberi	Kebaikan.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/3.9d	Inilah	yang bisa membuat	hidup kita puas.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/4.1a	Kita	bisa jadi terperangah	melihat koruptor yang tidak menampakkan rasa malu	ketika tertangkap kamera,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

Mar/9/4.1b	seolah	tidak merasa	martabatnya jatuh.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/4.2a	Pertanyaannya:	(adalah)
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>

Mar/9/4.2b	pantaskah	seorang koruptor	menjadi	'somebody' yang bermartabat?
	<b>Kt.tanya</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Mar/9/4.3a	Apakah	orang	yang 'hanya' mengejar	kekayaan,
	<b>Kt.tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/4.3b	tanpa memikirkan	etika, <i>fairness</i> , profesionalitas,
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/4.3c	memperoleh	martabat tinggi	di mata masyarakat?
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Mar/9/4.4a	Kita	perlu ingat
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Mar/9/4.4b	bahwa	identitas diri, baik yang positif maupun negatif,	tumbuh
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

Mar/9/4.4c	dan	bertumpuk	dalam lingkungan sosial.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Mar/9/4.5a	Seseorang	yang diingat-ingat	karena berbuat baik, menolong sesama, dan bermurah hati
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/4.5b	bisa seketika hancur	martabatnya
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/4.5c	karena ternyata	menjadi	kaya dengan cara yang tak halal.
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

Mar/9/4.6a	Sementara	orang	yang memelihara	nilai-nilai dan etika,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/4.6b	tidak pernah	sendirian dalam keadaan goyah tanpa pegangan,
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/4.6c	karena	ia	mempunyai	dirinya sendiri
	<b>konj</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

Mar/9/4.6d	dan	selalu tahu	jalur apa yang perlu ditempuh.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/4.7a	Untuk itu,	kita	memang perlu jelas mendefinisikan	sukses dan martabat atau nilai	di mata masyarakat.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

Mar/9/4.8a	Setiap orang	bisa sukses
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Mar/9/4.8b	dan	bermartabat,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

Mar/9/4.8c	apapun profesinya	bila	ia	menerapkan	praktik-praktik terbaik,
	<b>Sirkumstan alasan</b>	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/4.8d	mengikuti	kaidah atau standar yang benar.
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/4.9a	Orang lain	yang mendefinisikan	sukses	dengan pencapaian jabatan atau kepemilikan,
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Mar/9/4.9b	suatu saat	akan dibingungkan
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

Mar/9/4.9c	bila	jabatan atau hartanya	tanggal.
	<b>konj</b>	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>

Mar/9/5.1a	Presiden Maldives, Mohamed Nasheed,	menyerahkan	kemewahan yang dinikmati presiden terdahulu,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/5.1b	dan	memilih	tinggal	di sebuah 'townhouse' bersahaja
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>



Mar/9/5.1c	dan	mengatakan:
	<b>konj</b>	<b>Pr:verbal</b>

Mar/9/5.1d	“Ini adalah jaman kesulitan. Tidak pantas saya berada di istana sementara rakyat mengalami kesulitan.”	
	<b>Pr:verbal</b>	

Mar/9/5.2a	Bagi	orang	yang masih ingin memikirkan	peningkatan martabatnya,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/5.2b	orang-orang seperti inilah		yang seharusnya di ‘ <i>benchmark</i> ’ (menjadi tolak ukur)	
	<b>carried</b>		<b>Pr:relasional</b>	

Mar/9/5.2c	dan	dijadikan	model.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/5.3a	Julian Short, penulis buku <i>A Model for Living</i> ,		mengatakan
	<b>sayer</b>		<b>Pr:verbal</b>

Mar/9/5.3b	bahwa	meningkatkan martabat	adalah	berusaha sekeras-kerasnya untuk menjadi yang terbaik	dengan menjunjung nilai-nilai etika.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Mar/9/5.4a	Hal ini	hanya bisa dilakukan	dengan disiplin diri yang keras.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/5.5a	Martabat kitalah	yang akan menemani	kita menghadapi krisis,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/5.5b	dan	membuat kita	tetap mengontrol diri	pada situasi-situasi tak menentu.
	<b>kon</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

Mar/9/6.1a	Banyak bukti		bahwa	misi pribadi	bisa meningkatkan	martabat orang,
	<b>Sirkumstan muasal</b>		<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/6.1b	bahkan	meningkatkan	status sosialnya	secara natural.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

Mar/9/6.2a	Ibu guru	di ceritera <i>Laskar Pelangi</i> ,	terasa mengangkat	martabat guru,
	<b>senser</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/6.2b	walaupun	kesehariannya	sangat sederhana.
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>

Mar/9/6.3a	Misi hidup	tidak selamanya bisa	kita	kaitkan	dengan hasil yang kasat mata,
	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

apalagi kekayaan dan status sosial	di masyarakat.
<b>Sirkumstan kelengkapan</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

Mar/9/6.4a	Banyak orang	tetap bersahaja
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

Mar/9/6.4b	walaupun	mendapat	Hadiah <i>Nobel</i> sekalipun.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/6.5a	Motif dan misinya lah	yang dihargai	orang.
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>senser</b>

Mar/9/7.1a	Setiap	kita	bertindak,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>

Mar/9/7.1b	sebetulnya	kita	bisa mempertanyakan
	<b>konj</b>	<b>sayer</b>	<b>Pr:verbal</b>

Mar/9/7.1c	apakah	nilai-nilai seperti ' <i>fairness</i> ', respek sosial, hubungan kemanusiaan	masih kita	junjung tinggi?
------------	--------	--	------------	-----------------

	<b>Kt.tanya</b>	<b>phenomenon</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>
--	-----------------	-------------------	---------------	------------------

Mar/9/7.2a	Kita	perlu sadar	saat mengambil tindakan,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

Mar/9/7.2b	apakah	kita	melakukan	sesuatu
	<b>Kt.tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/7.2c	atau	tidak melakukannya
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>

Mar/9/7.2d	adalah	karena alasan harga diri, nilai profesi, atau semata kebutuhan pribadi?
	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

Mar/9/7.3a	Dengan kekuatan pegangan diri sendiri,	kita	bisa mencapai	'harga diri' yang cukup tinggi
	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

Mar/9/7.3b	dan	mulai menikmati	diri kita sendiri,	sebagai manusia bermartabat.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan peran</b>

Mar/9/7.4a	Kita masing-masing	jelas perlu kembali memikirkan	martabat diri	sebagai hakekat kehidupan dan bukan materialisme.
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan peran</b>

### Teks 10. PEJUANG MODERN

PM/10/1.1a	Di bulan November ini,	upacara peringatan Hari Pahlawan dan tabur bunga	di makam patriot bangsa,	biasanya akan menggelitik
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>Pr:mental</b>

emosi dan memori kita	tentang kepahlawanan.
<b>senser</b>	<b>Sirkumstan perihai</b>

PM/10/1.2a	Mudah-mudahan,	ingatan kita	tidak sekedar berhenti	dengan Makam Pahlawan dan tugu Pahlawan	di Surabaya, saja.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

PM/10/1.3a	Sesudah 7 pahlawan Revolusi,	kita	sudah tidak bisa	mengidentifikasi	secara gamblang,
	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

PM/10/1.3b	yang mana patriot-patriot negara	yang perlu di elu-elukan	sebagai pahlawan bangsa.
	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan peran</b>

PM/10/1.4a	Bukan sekedar karena	tidak ada	perang yang nyata,
	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Pr:eksistensi</b>	<b>eksisten</b>

PM/10/1.4b	namun	publikasi mengenai pejuang modern,	seperti penjaga perbatasan yang mempertaruhkan nyawa,	(adalah)	sangat sedikit.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

PM/10/1.5a	Jangankan anak sekolah,	orang dewasa pun	banyak yang tidak menyadari
	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

	adanya pejuang-pejuang yang mengorbankan jiwa raga, dan keluarganya	demi membela negara.
	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

PM/10/2.1a	Perang sekarang	sudah tidak perlu	selalu perang antar negara.
	<b>phenomenon</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

PM/10/2.2a	Bayangkan betapa	teroris	bisa membunuh	ratusan orang tak bersalah.
	<b>Kt.pengandai</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

PM/10/2.3a	Kita juga	sama-sama menyadari	bahaya narkoba,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/2.3b	yang tidak saja mengancam	remaja,	tetapi juga orang-orang dekat	di sekitar kita.
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

PM/10/2.4a	Belum lagi	bahaya kejatuhan moral,	seperti pornografi remaja,	yang bisa membuat	semua orang kecut,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

PM/10/2.4b	dan	tidak tahu	bagaimana	melindungi remajanya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Kt.tanya</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/2.5a	Penggerogotan terhadap harta negara		sudah dilakukan	oleh koruptor-koruptor,
	<b>goal</b>		<b>Pr:material</b>	<b>aktor</b>

PM/10/2.5b	yang masih bisa	tersenyum lebar	di kamera media.
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

PM/10/2.6a	Demikian pula,	persaingan ekonomi antar negara,	yang bisa menyebabkan	bangsa lain dengan semena-mena menjajah negara,
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

PM/10/2.6b	tanpa disadari	oleh rakyatnya.
	<b>Pr:mental</b>	<b>senser</b>

PM/10/2.7a	Bukankah 'perang' yang sekarang kita hadapi,		menjadi	demikian <i>multidimensional</i> ,
	<b>carrier</b>		<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

PM/10/2.7b	sehingga bahkan	lebih berbahaya	dari perang fisik yang nyata	di masa lalu?
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

PM/10/2.8a	Bukankah	pejuang Indonesia masa kini	harusnya berjumlah	(yaitu)	lebih banyak dari jaman perang dulu,
	<b>Kt.tanya</b>	<b>carrier</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

PM/10/2.8b	dan bahkan	lebih pintar
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

PM/10/2.8c	dan	lebih berkualitas?
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>

PM/10/3.1a	Bila kini	kita	rindu	sosok pahlawan patriot bangsa,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/3.1b	sesungguhnya	kita pun	perlu menyadari
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

PM/10/3.1c	dan	menumbuhkan	pejuang <i>modern</i>	di sekitar kita,	bahkan	dalam diri kita sendiri.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>

PM/10/3.2a	Dari program “heroes” Kick Andy		kita	berkenalan	dengan Gendu,
	<b>Sirkumstan tempat</b>		<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

PM/10/3.2b	pejuang	yang merawat	10.000 orang sakit jiwa.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

PM/10/3.3a	Kita	tahu	ada pahlawan ekologi
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/3.3b	seperti	Babah Akong	yang belasan tahun	menanam	bakau	di Maumere sampai 23 hektar.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

PM/10/3.4a	Ada juga	guru-guru sekolah	di daerah terpencil,
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksisten</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

PM/10/3.4b	pembuat kaki palsu	yang berhasil membantu	orang cacat	dengan kaki palsu murah.
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

PM/10/3.5a	Kita pun	tentu bangga	melihat walikota Surabaya
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/3.5b	yang berusaha	memperbaiki hidup para wanita yang terikat hutang	kepada para mucikari
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

PM/10/3.5c	sehingga	tidak pernah terbebaskan	dari profesi tercela.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/3.6a	Kita juga	punya	Ignasius Jonan,
	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

PM/10/3.6b	yang berupaya	memikirkan dan memperjuangkan kebutuhan karyawan,	
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	

PM/10/3.6c	memberi	jaminan kesehatan	pada seluruh karyawan,
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

PM/10/3.6d	memperbaiki	sistem perkeretaapian,
	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

PM/10/3.6e	sehingga	baik penumpang, masinis, kepala stasiun,	mempunyai	penghargaan diri yang lebih baik,
	<b>konj</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

PM/10/3.6f	dan	berdampak positif	kepada kualitas kerja dan kehidupan keluarganya?	
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	

PM/10/3.7a	Bukankah nyata-nyata	mereka	(adalah)	pejuang tanpa senjata?
	<b>konj</b>	<b>token</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>value</b>

PM/10/4.1a	Para pejuang <i>modern</i> ,	yang rela	mengorbankan diri	demi orang lain atau negara,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

PM/10/4.1b	biasanya 'sudah selesai'	dengan dirinya sendiri.
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/4.2a	Artinya, individu ini	sudah mengenal	apa yang ia butuhkan,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/4.2b	biasanya sangat familiar	dengan istilah 'cukup'	dengan dirinya.
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan</b>

PM/10/4.3a	Pada saat inilah	ia kemudian	mempunyai	kelonggaran	untuk memikirkan hal-hal yang lebih besar,
	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

seperti lingkungan, negara, dan kemanusiaan.
<b>Sirkumstan manner</b>

PM/10/4.4a	Determinasinya	kemudian	sudah tidak (menjadi)	personal lagi,
	<b>carrier</b>	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

PM/10/4.4b	sehingga	ia pun	kuat mengasah	kekuatan mentalnya	seperti, toleransi, disiplin diri, komitmen dan kontrol diri.
	<b>konj</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

PM/10/4.5a	Dari sinilah	kita	bisa menyaksikan	betapa seorang anak muda
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/4.5b	misalnya	bisa berpikir	untuk daerah rumahnya yang kumuh,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/4.5c	dan	ingin memperbaiki	nasib anak-anak	di area itu.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

PM/10/4.6a	la	ingin membuat	anak anak di <i>area</i> itu lebih cerdas dari rata-rata
	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

PM/10/4.6b	dan	bangga	bahwa mereka betul berasal dari daerah kumuh.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/4.7a	Ini	hanya bisa dilakukan	oleh individu yang benar-benar sudah tahu apa yang mereka mau.
------------	-----	----------------------	--



	<b>goal</b>	<b>Pr:material</b>	<b>aktor</b>		
--	-------------	--------------------	--------------	--	--

PM/10/4.8a	Orang-orang seperti ini	memang biasanya	sudah mengasah	diri	dengan latihan-latihan
	<b>aktor</b>	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

PM/10/4.8b	dan	berusaha	belajar	dari lingkungannya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

PM/10/4.9a	Bila	pada suatu saat	pejuang ini	tidak mencapai	apa yang sudah ia canangkan,
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

PM/10/4.9b	mereka	tidak kehilangan	keyakinan,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/4.9c	karena	menang, kalah atau 'seri' sekalipun,	adalah	bagian dari latihan yang dikembangkannya	setiap hari.
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

PM/10/5.1a	Bila	kita	menjadi	orang-orang yang ikut berteriak dan mencaci maki koruptor saja,
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

PM/10/5.1b	namun	tidak berperan serta,	menyingsingkan	lengan baju	untuk memberantas korupsi,
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan muasa:</b>

PM/10/5.1c	jelas	kita	belum bisa	mengklaim diri sebagai orang yang berguna
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

untuk negara dan masyarakat yang lebih luas.
<b>Sirkumstan muasal</b>

PM/10/5.2a	Banyak orang,	bahkan kita sendiri pun,	bisa	kehabisan energi	untuk menyingsingkan lengan baju,
	<b>senser</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>

PM/10/5.2b	bila	terbiasa	membiarkan diri kita ada di zona nyaman,
------------	------	----------	--

	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>
--	-------------	------------------	-------------------

PM/10/5.2c	tidak menikmati lagi	berkeringat,	mengotori tangan dengan bekerja keras.
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan kelengkapan</b>

PM/10/5.3a	Padahal,	kemampuan, talenta, keahlian dan kepintaran kita,	tidak akan jadi apa-apa
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>

PM/10/5.3b	bila	tidak diikuti	dengan tempaan latihan, disiplin, turun ke lapangan, kepekaan dan mawas diri.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

PM/10/5.4a	Banyak orang	tidak terlatih	untuk mengamati posisi dirinya,	terhadap lingkungan sosial,
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

PM/10/5.4b	dan	berusaha	menerima dan memahami kebutuhannya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

PM/10/5.5a	Kita	harus sadar
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

PM/10/5.5b	bahwa	hanya dengan kekuatan mawas diri,	spirit	untuk menjadi pejuang baru	akan tumbuh.
	<b>konj</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Pr:mental</b>

PM/10/6.1a	Kita	bisa menjadi	pejuang pekerja,
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

PM/10/6.1b	namun	bukan menjadi	demonstran yang 'tidak mau tahu'	saat minta kenaikan upah buruh.
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>	<b>Sirkumstan waktu</b>

PM/10/6.2a	Banyak orang	yang masih mengkaitkan	perjuangan dengan kekerasan,
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/6.2b	padahal	orang yang melakukan kekerasan,	apalagi terhadap orang yang tidak berdaya,	adalah
	<b>konj</b>	<b>carrier</b>	<b>Sirkumstan manner</b>	<b>Pr:relasional</b>

orang yang bisanya melakukan 'bullying',	bukan?
<b>atribut</b>	<b>Kt.tanya</b>

PM/10/6.3a	Kita	perlu sama-sama berpikir
	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

PM/10/6.3b	bahwa	peluang dan keharusan kita	untuk menjadi pejuang bangsa,	di masa sekarang ini	justru bisa
	<b>konj</b>	<b>phenomenon</b>	<b>Sirkumstan muasal</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>Pr:mental</b>

dalam berbagai bentuk,
<b>Sirkumstan manner</b>

PM/10/6.3c	misalnya	memperbaiki	mental individu,	mental sebagai pekerja,
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>	<b>Sirkumstan peran</b>

PM/10/6.3d	sehingga	ia	bisa hidup	lebih cerdas dan layak.
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

PM/10/6.4a	Orang yang dikategorikan pejuang,	sebenarnya adalah	orang yang menonjol karena keberaniannya dan pengorbanannya
	<b>carrier</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

dalam membela kepentingan orang yang lebih banyak,
<b>Sirkumstan muasal</b>

PM/10/6.4b	tidak melulu memikirkan
	<b>Pr:mental</b>

PM/10/6.4c	atau	memperkaya	diri dan lingkungannya sendiri.
	<b>konj</b>	<b>Pr:material</b>	<b>goal</b>

PM/10/6.5a	Apakah	orang orang ini	mempunyai	ciri yang berbeda	dengan kebanyakan orang?
	<b>Kt:tanya</b>	<b>possessor</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>	<b>Sirkumstan manner</b>

PM/10/6.6a	Apakah	mereka	memang dilahirkan	di lingkungan tertentu,
	<b>Kt:tanya</b>	<b>aktor</b>	<b>Pr:material</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

PM/10/6.6b	atau	mempunyai	profesi tertentu?
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

PM/10/6.7a	Jelas	kita	melihat,
	<b>konj</b>	<b>senser</b>	<b>Pr:mental</b>

PM/10/6.7b	setiap orang,	dari lingkungan dan profesi apapun,	punya	kesempatan
	<b>possessor</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>possessed</b>

untuk melatih diri agar peka pada lingkungan,
<b>Sirkumstan muasal</b>

PM/10/6.7c	mengembangkan	mentalitas
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/6.7d	tidak memikirkan	diri sendiri
	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/6.7e	dan	lebih memikirkan	orang banyak.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/6.8a	Ada	orang-orang yang bisa setia	pada pekerjaan dan lahan kerjanya,
	<b>Pr:eksistensial</b>	<b>eksisten</b>	<b>Sirkumstan tempat</b>

PM/10/6.8b	sampai sering tidak memikirkan		dirinya sendiri,
	<b>Pr:mental</b>		<b>phenomenon</b>

PM/10/6.8c	tetapi	bersungguh sungguh	membelanya.
	<b>konj</b>	<b>Pr:mental</b>	<b>phenomenon</b>

PM/10/6.9a	Inilah	(adalah)	pejuang <i>modern</i> .
	<b>konj</b>	<b>Pr:relasional</b>	<b>atribut</b>

## LAMPIRAN 4. SISTEM LOGIKO-SEMANTIK WACANA RUBRIK “KOMPAS KARIER” SURAT KABAR KOMPAS

KODE	ANALISIS KLAUSA	PENANDA KONJUNGSI	KODE LOGIKO-SEMANTIK	PARATAKSIS	HIPOTAKSIS
<b>Teks 1. “Empowerment”</b>					
Em/1/1.1a	Salah satu indikator organisasi yang sehat adalah bila di dalamnya terdapat individu-individu yang bersemangat.				
Em/1/1.2a	Kita bisa menyaksikan seseorang yang bekerja melampaui jam kerja yang standar		1	√	
Em/1/1.2b	dan masih penasaran menyelesaikan pekerjaannya sampai larut malam.	dan	+2		
Em/1/1.3a	Para ‘office boy’ sekalipun bisa terlihat bergerak ke sana kemari,		1	√	
Em/1/1.3b	namun tetap tidak lupa memperhatikan apa yang dibutuhkan setiap karyawan yang dilayaninya.	namun	+2		
Em/1/1.4a	Sebaliknya, kita juga tahu	sebaliknya	$\alpha$		√
Em/1/1.4b	bahwa ada lingkungan kerja di mana <i>mindset</i> “apa untungnya buat saya?” sangat kencang,	bahwa	$\beta$ 1	√	
Em/1/1.4c	dan selalu terjadi hitung-hitungan ‘untung-rugi’ yang ketat antara karyawan dan perusahaan.	dan	+2		
Em/1/1.5a	Banyak perusahaan yang merasa perlu mengikat karyawan dengan berbagai kontrak		$\alpha$		√
Em/1/1.5b	agar dana yang digunakan untuk mengembangkan karyawan tidak sia-sia.	agar	$x\beta$		
Em/1/1.6a	Padahal kita sangat yakin		$\alpha$		√
Em/1/1.6b	bahwa bila ‘hati’ tidak berada di pekerjaan,	bahwa	$\beta$ $\alpha$		√
Em/1/1.6c	kita dengan mudah ‘tidak berada’ di pekerjaan kita.	koma	$x\beta$		
Em/1/1.7a	Secara fisik, individu bisa jadi tetap ada di depan komputernya,		1	√	
Em/1/1.7b	namun yang dikerjakan bisa saja ‘chatting’ seharian dengan teman,	namun	+2		

## KETERANGAN:

(=) : ELABORASI      (“) : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (‘) : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

Em/1/1.7c	bahkan sibuk berbelanja 'online'.	<b>bahkan</b>	<b>+3</b>		
Em/1/1.8a	Kita lihat betapa semangat karyawan di dalam sebuah organisasi menjadi misteri yang benar-benar perlu dipecahkan.				
Em/1/2.1a	Menciptakan suasana produktif dan kondusif		<b>1</b>	√	
Em/1/2.1b	sama halnya dengan mempersiapkan tanah untuk menanam benih.	<b>sama halnya dengan</b>	<b>+2</b>		
Em/1/2.2a	Tanah yang liat, keras, dan padat, bila ditanami benih, paling-paling hanya bisa sampai memunculkan tunas,		<b>1</b>	√	
Em/1/2.2b	namun kemudian tidak bisa menghasilkan tanaman yang bermutu,	<b>namun</b>	<b>+2</b>		
Em/1/2.2c	bila dibandingkan dengan tanah yang sudah gembur, digarap, dicampur dengan kompos dan pupuk.	<b>bila</b>	<b>+3</b>		
Em/1/2.3a	Organisasi pun perlu memikirkan bagaimana membuat wadah yang nyaman untuk bekerja, berkarya dan berinovasi.				
Em/1/2.4a	'Empowerment' perlu menjadi agenda penting dalam membina karyawan,		$\alpha$		√
Em/1/2.4b	karena kita tahu individu baru akan mengeluarkan isi pikirannya	<b>karena</b>	$x\beta$		
Em/1/2.4c	bila ia secara emosional dan <i>spiritual</i> merasa <i>happy</i> , diterima dan didukung.	<b>bila</b>	$xy$		
Em/1/2.5a	Kita pun tidak boleh lupa		$\alpha$		√
Em/1/2.5b	betapa generasi milenial yang kreatif dan pintar, merasa	<b>betapa</b>	$x\beta$		
Em/1/2.5c	bahwa motivasi adalah hal yang terpenting dalam bekerja.	<b>bahwa</b>	$xy$		
Em/1/2.6a	Pada saat bisnis sangat memerlukan konsentrasi,		$\alpha$		√
Em/1/2.6b	kita kerap melihat 'Empowerment' bawahan sering kita lupakan.	<b>koma</b>	$x\beta$		
Em/1/2.7a	Padahal, dengan adanya karyawan yang penuh percaya diri dan 'feel good' terhadap pekerjaan,		$\alpha$		√
Em/1/2.7b	kita akan diuntungkan oleh sikap responsif, inovasi dan kemampuan belajar yang lebih canggih.	<b>koma</b>	$+\beta$		
Em/1/3.1a	Kita bisa melihat banyak tantangan yang dihadapi Jokowi-Ahok untuk mengubah mental dan etos kerja institusinya.				
Em/1/3.2a	Namun, suasana kondusif yang kita idam-idamkan, di mana				

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	percaya diri dan rasa kompeten karyawan dirasakan setiap individu, bukanlah hal yang mustahil.				
Em/1/3.3a	Keyakinan, visi yang jernih dan sasaran yang jelas tentu merupakan langkah awal yang baik.				
Em/1/3.4a	Agar rasa percaya diri dan rasa kompeten ini semakin subur,	<b>agar</b>	$x\beta$		$\sqrt$
Em/1/3.4b	seorang atasan mesti bisa memainkan beragam peran, mulai dari <i>'trainer'</i> , <i>"coach"</i> dan <i>"mentor"</i> bagi anak buah.		$\alpha$		
Em/1/3.5a	Atasan juga perlu membiasakan diri		$\alpha$		$\sqrt$
Em/1/3.5b	agar dalam setiap instruksi dan tugas yang ia berikan terselip pesan-pesan pembelajaran pada bawahannya.	<b>agar</b>	$x\beta$		
Em/1/3.6a	Individu pasti akan tergerak		1	$\sqrt$	
Em/1/3.6b	bila ia tahu apa yang bisa ia pelajari,	<b>bila</b>	+2 1	$\sqrt$	
Em/1/3.6c	mengapa ia harus mengetahui esensi tugasnya.	<b>koma</b>	=2		
Em/1/3.7a	Dengan memberi cukup informasi,		=4	$\sqrt$	
Em/1/3.7b	mendemonstrasikan cara melakukan pekerjaan,	<b>koma</b>	=3		
Em/1/3.7c	memberi kesempatan untuk mempraktekkan dan mengkoreksi kesalahannya,	<b>koma</b>	=2		
Em/1/3.7d	individu tentu akan merasa didorong untuk sukses.	<b>koma</b>	1		
Em/1/3.8a	<i>'Performance'</i> yang sukses inilah yang akan menumbuhkan keyakinan dan kepercayaan diri.				
Em/1/3.9a	Bila setiap individu dalam organisasi meyakini	<b>bila</b>	$\alpha$		$\sqrt$
Em/1/3.9b	bahwa upayanya berdampak signifikan terhadap divisi, instansi bahkan lingkungan,	<b>koma</b>	' $\beta$ $\alpha$		$\sqrt$
Em/1/3.9c	ia akan menyuburkan rasa positif mengenai dirinya, pekerjaannya dan tugasnya.	<b>koma</b>	$x\beta$		
Em/1/4.1a.	Menciptakan <i>'Empowerment'</i> dalam organisasi menyangkut <i>'self concept'</i> , <i>'self esteem'</i> dan <i>'self talk'</i> individu.				
Em/1/4.2a	Individu perlu merasa berharga, berguna, mempunyai pandangan positif mengenai karir, tugas dan pekerjaannya,		1	$\sqrt$	
Em/1/4.2b	dan selalu mempunyai ungkapan-ungkapan yang positif dalam <i>'self dialog'</i> -nya.	<b>dan</b>	+2		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN



Em/1/5.1a	Di sebuah perusahaan, seorang <i>salesman</i> potensial namun tergolong masih junior ditunjuk untuk mengikuti pertemuan industri sejenis di luar negeri.				
Em/1/5.2a	Ia kemudian datang ke atasannya		$\alpha$		√
Em/1/5.2b	dan mengatakan bahwa ia sebaiknya tidak diikuti dalam tim,	dan	$\beta$ $\alpha$		√
Em/1/5.2c	karena belum menguasai bisnis dibanding dengan rekan kerja lainnya yang sudah hafal mengenai kasus-kasus transaksi di perusahaan.	karena	$=\beta$		
Em/1/5.3a	Padahal, sebetulnya ia bisa dengan mudah ikut dalam rombongan,		1	√	
Em/1/5.3b	sekedar menikmati perjalanan dinas yang belum pernah dialaminya.	koma	+2		
Em/1/5.4a	Namun, hal ini tidak dilakukan,	namun	$\alpha$		√
Em/1/5.4b	karena ia merasa punya tanggung jawab untuk memberi kontribusi penting dalam setiap penugasannya.	karena	$\times\beta$		
Em/1/5.5a	Inilah yang membedakan individu yang ' <i>empowered</i> ' dan yang tidak.				
Em/1/5.6a	Individu yang ' <i>empowered</i> ' mampu mengambil keputusan atas dirinya, dan ' <i>take charge</i> ' terhadap nasib karirnya sendiri.				
Em/1/6.1a	Kita sendiri pun mungkin sering menggunakan ungkapan "serahkan pada ahlinya",		1	√	
Em/1/6.1b	dan tidak menyadari	dan	+2 $\alpha$		√
Em/1/6.1c	bahwa sikap ini bisa menjadikan individu seolah menghindari dari pengambilan keputusan	bahwa	$\times\beta$ 1	√	
Em/1/6.1d	dan mengambil jarak terhadap suatu permasalahan.	dan	+2		
Em/1/6.2a	Akibatnya, individu terbiasa bersikap ' <i>indecisive</i> ',		$\alpha$		√
Em/1/6.2b	tidak bisa mengambil keputusan di dalam <i>area</i> wewenangnya.	koma	$\times\beta$		
Em/1/6.3a	Bahkan, yang lebih parah lagi, tidak mengambil keputusan atas diri dan nasibnya sendiri.				
Em/1/6.4a	Padahal, kita tahu		$\alpha$		√
Em/1/6.4b	bahwa individu sendirilah yang perlu memainkan peran aktif	bahwa	$\beta$ 1	√	

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	dalam menentukan masa depannya,				
Em/1/6.4c	menggapai cita-cita dan mimpinya, bukan perusahaan.	<b>koma</b>	<b>+2</b>		
Em/1/6.5a	Dalam konteks kerja, kita melihat ini sebagai ' <i>blind acceptance of authority</i> ',		<b>1</b>	√	
Em/1/6.5b	yaitu kondisi di mana individu tidak terbiasa mempunyai gambaran dan melihat dirinya sendiri secara jelas.	<b>yaitu</b>	<b>=2</b>		
Em/1/6.6a	Bila berlarut-larut, hal ini bisa berkembang		<b>1</b>	√	
Em/1/6.6b	dan mempengaruhi struktur ' <i>power</i> ' di organisasi.	<b>dan</b>	<b>+2</b>		
Em/1/7.1a	Kita memang tidak bisa menutup mata		$\alpha$		√
Em/1/7.1b	bahwa individu dibesarkan dengan cara yang berbeda-beda.	<b>bahwa</b>	$\times\beta$		
Em/1/7.2a	Ada anak yang sudah diberi pilihan sejak kecil,		<b>1</b>	√	
Em/1/7.2b	tetapi ada juga anak yang pilihan hidupnya dibuatkan oleh orang tua.	<b>tetapi</b>	<b>+2</b>		
Em/1/7.3a	Alhasil, dalam organisasi kita akan menemukan individu yang bervariasi,		$\alpha$		√
Em/1/7.3b	dari mempunyai kapasitas ' <i>self growth</i> ' besar dan kecil.	<b>koma</b>	$\times\beta$		
Em/1/7.4a	Jadi, bisakah kita menciptakan ' <i>empowerment</i> ' di organisasi?				
Em/1/7.5a	Yang jelas, menciptakan suasana penuh inisiatif dan berspirit ini bukan suatu proses membalik tangan.				
Em/1/7.6a	Ini sama dengan kenyataan		$\alpha$		√
Em/1/7.6b	bahwa kita tidak bisa mengubah budaya korporasi dengan satu program saja.	<b>bahwa</b>	$\times\beta$		
Em/1/7.7a	Menciptakan suasana penuh ' <i>empowerment</i> ' adalah proses yang dinamis, panjang,		<b>1</b>	√	
Em/1/7.7b	dan menyentuh area 'bawah sadar' individu.	<b>dan</b>	<b>+2</b>		
<b>Jumlah Proses = 39</b>				<b>18</b>	<b>21</b>
<b>Teks 2. RAPPORT</b>					
Ra/2/1.1a	Seorang teman dikenal memiliki reputasi sebagai " <i>supersalesman</i> ".				
Ra/2/1.2a	Kemampuannya dalam ' <i>product knowledge</i> ' dan ' <i>mempersuasi</i> '				

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	<i>pelanggan</i> tidak diragukan lagi.				
Ra/2/1.3a	Dengan catatan prestasinya ini, ia diangkat menjadi manajer penjualan		1	√	
Ra/2/1.3b	dan ditantang untuk membawahi 10 orang ' <i>salesman</i> '.	dan	+2		
Ra/2/1.4a	Dengan <i>track record</i> seperti ini, saat ia memangku jabatan baru,		$\alpha$		√
Ra/2/1.4b	kita tentu mengharapkan sudah tidak ada resistensi lagi dari anak buah.	koma	$x\beta$		
Ra/2/1.5a	Namun ternyata, terasa benar ada ketidakinginan anak buah untuk bekerja sama dengannya,	namun	1	√	
Ra/2/1.5b	bahkan ada bisik-bisik yang mendiskreditkannya.	bahkan	+2		
Ra/2/1.6a	Ia yakin bahwa dengan kemampuan ' <i>sales</i> '-nya,		$\alpha$		√
Ra/2/1.6b	suatu saat ia akan bisa memimpin tim dengan baik.	koma	$x\beta$		
Ra/2/1.7a	Namun demikian, momentum itu tidak kunjung datang.				
Ra/2/1.8a	Ia tetap sulit ' <i>minggle</i> ' dengan anak buah.				
Ra/2/1.9a	Pertanyaannya ditanggapi dengan muka kecut, jawaban seadanya,		1	√	
Ra/2/1.9b	bahkan kerap membuat 'berang' anak buah.	bahkan	+2		
Ra/2/1.10a	Padahal, ia tidak pernah mengungkapkan kata-kata-kasar, memarahi, atau menyudutkan anak buah.				
Ra/2/1.11a	Timbul pertanyaan,		$\alpha$		√
Ra/2/1.11b	mengapa orang bisa-bisanya menutup hati untuk suatu hubungan baik,	koma	" $\beta$ 1	√	
Ra/2/1.11c	sehingga seolah-olah ada dinding yang tidak tertembus?	sehingga	$x2$		
Ra/2/2.1a	Kita tentu bertanya-tanya,		$\alpha$		√
Ra/2/2.1b	apa yang membuat		" $\beta$ $\alpha$		√
Ra/2/2.1c	seseorang tidak bisa memulai hubungan dengan bawahan?		$x\beta$		
Ra/2/2.2a	Padahal, kita sadari betapa kepemimpinan bisa macet,		$\alpha$		√
Ra/2/2.2b	bila tidak ada hubungan <i>interpersonal</i> yang lancar antara atasan dan bawahan.	bila	$x\beta$		
Ra/2/2.3a	Situasi ini juga membuka mata kita		$\alpha$		√

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

Ra/2/2.3b	betapa pembentukan hubungan baik merupakan dasar		$x\beta$ 1	$\sqrt$	
Ra/2/2.3c	dan menjadi persyaratan utama dari kepemimpinan, juga hubungan ' <i>coaching-mentoring</i> '.		+2		
Ra/2/2.4a	Dalam ilmu psikologi, pencairan hubungan antara satu orang dengan yang lain ini disebut ' <i>Rapport</i> '.				
Ra/2/2.5a	<i>Rapport</i> ditandai keinginan kedua belah pihak untuk saling menguatkan.				
Ra/2/2.6a	Para ahli mengatakan		$\alpha$		$\sqrt$
Ra/2/2.6b	bahwa dasar dari <i>Rapport</i> adalah menghilangnya rasa curiga dan tumbuhnya rasa percaya.	<b>bahwa</b>	" $\beta$		
Ra/2/2.7a	Pertanyaannya, (adalah)		$\alpha$		$\sqrt$
Ra/2/2.7b	mengapa ada orang yang begitu sulit menembus dinding penahan rasa percaya ini?	<b>koma</b>	" $\beta$		
Ra/2/3.1a	Seorang teman, bercerita		$\alpha$		$\sqrt$
Ra/2/3.1b	bahwa ia pernah mendapat sahabat	<b>bahwa</b>	" $\beta$ $\alpha$		$\sqrt$
Ra/2/3.1c	justru ketika ia mengalami kecelakaan kecil.	<b>justru</b>	$x\beta$		
Ra/2/3.2a	Saat itu, orang yang menyaksikan menaruh iba		1	$\sqrt$	
Ra/2/3.2b	dan menunjukkan empati pada kejadian yang dialaminya.	<b>dan</b>	+2		
Ra/2/3.3a	Momen ini kemudian membuka jalan keduanya lebih membuka diri dan tidak ragu untuk berbagi pengalaman hidup,		1	$\sqrt$	
Ra/2/3.3b	sehingga tanpa disadari hubungan baik pun terbentuk.	<b>sehingga</b>	$x2$		
Ra/2/3.4a	Namun, membuka diri memang bukan hal yang mudah.				
Ra/2/3.5a	Dalam hubungan bisnis atau hubungan atasan bawahan, kita sering dikelabui oleh hubungan yang diwarnai oleh wewenang,		1	$\sqrt$	
Ra/2/3.5b	sehingga seorang anak buah terpaksa mematuhi perintah atasan,	<b>sehingga</b>	$x2$ 1	$\sqrt$	
Ra/2/3.5c	ataupun seorang <i>customer service</i> memang mempunyai keharusan melayani pelanggan.	<b>ataupun</b>	+2		
Ra/2/3.6a	<i>Rapport</i> tidak terjadi.				
Ra/2/4.1a	Dalam hubungan atasan-bawahan, di mana atasan menuntut bawahan untuk berprestasi, tetapi sekaligus belajar,		$\alpha$		$\sqrt$

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

Ra/2/4.1b	hubungan tanpa <i>Rapport</i> tidak akan mempan.	<b>koma</b>	<b>x<math>\beta</math></b>		
Ra/2/4.2a	Ini sebabnya, atasanlah yang perlu aktif berstrategi membina <i>Rapport</i> .				
Ra/2/4.3a	Kitalah yang mesti membiarkan diri mengalami penetrasi sosial.				
Ra/2/4.4a	Kuncinya sebetulnya sederhana,		$\alpha$		√
Ra/2/4.4b	orang bisa dengan mudah 'masuk' dalam hubungan yang lebih mendalam,		<b>x<math>\beta</math></b> <b>x<math>\beta</math></b>		√
Ra/2/4.4c	bila mengenal orang lain secara lebih mendalam.	<b>bila</b>	$\alpha$		
Ra/2/4.5a	Artinya, pengenalan tidak di permukaan saja.				
Ra/2/4.6a	Bayangkan bagaimana rasa percaya dan hubungan bisa mendalam,		$\alpha$		√
Ra/2/4.6b	jika banyak hal dalam kehidupan pribadi ataupun di pekerjaan dirahasiakan,	<b>jika</b>	<b>x<math>\beta</math></b> <b>1</b>	√	
Ra/2/4.6c	disembunyikan,	<b>koma</b>	<b>+2</b>		
Ra/2/4.6d	ditutup-tutupi?	<b>koma</b>	<b>+3</b>		
Ra/2/4.7a	Membuka diri bukan berarti membuka aib kita.				
Ra/2/4.8a	Namun, yang kita bagi	<b>namun</b>	<b>1</b>	√	
Ra/2/4.8b	adalah pelajaran hidup atau " <i>life lesson</i> " secara rendah hati,	<b>adalah</b>	<b>+2</b>		
Ra/2/4.8c	yang diperoleh dari asam-garam pengalaman.	<b>koma</b>	<b>+3</b>		
Ra/2/5.1a	Seorang <i>coach</i> basket mengatakan		$\alpha$		√
Ra/2/5.1b	bahwa bila ia tidak berbagi ' <i>life lessons</i> ' dengan timnya,	<b>bahwa</b>	<b>=<math>\beta</math></b> $\alpha$		√
Ra/2/5.1c	maka timnya tidak akan mengembangkan kualitas hubungan baik antar tim.	<b>maka</b>	<b>+<math>\beta</math></b>		
Ra/2/5.2a	Ia memberi contoh,		$\alpha$		√
Ra/2/5.2b	bahwa dengan mengajak anggota tim untuk memberi bantuan pada orang-orang yang memerlukan,	<b>bahwa</b>	<b>'<math>\beta</math></b> $\alpha$		√
Ra/2/5.2c	kelompoknya lebih peka terhadap kegiatan memberi.	<b>koma</b>	<b>x<math>\beta</math></b>		
Ra/2/5.3a	Hal yang kemudian dipelajari oleh anggota tim		<b>1</b>	√	
Ra/2/5.3b	adalah bahwa membuat seseorang senang	<b>adalah</b>	<b>+2</b>		
Ra/2/5.3c	juga membuahkan kesenangan.	<b>juga</b>	<b>+3</b>		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

Ra/2/5.4a	Hal-hal inilah yang bernilai jauh lebih besar daripada pengajaran 'hardskill' yang lebih teraga,		1	√	
Ra/2/5.4b	namun ini juga yang sering dilupakan para atasan.	namun	+2		
Ra/2/5.5a	Padahal banyak sekali hal-hal yang bisa di 'share'		$\alpha$		√
Ra/2/5.5b	yang juga akan membangun simpati ke diri kita, misalnya kebiasaan bicara apa adanya, bersikap proaktif, kerja keras, berusaha memahami orang lain tanpa minta dipahami, tidak mengeluh dan selalu memfokuskan perhatian pada hal-hal yang positif.		$+\beta$		
Ra/2/5.6a	Dalam hubungan atasan-bawahan atau tim, seorang atasan juga bisa berbagi,		$\alpha$		√
Ra/2/5.6b	tentang bagaimana ia menghadapi kesulitan,	tentang	$+\beta$ 1	√	
Ra/2/5.6c	bagaimana ia belajar	koma	+2		
Ra/2/5.6d	atau bagaimana ia menyayangi orang disekitarnya.	atau	+3		
Ra/2/5.7a	Kita perlu berani mengekspose 'life lessons' kita pada anak buah,		$\alpha$		√
Ra/2/5.7b	karena mau tidak mau,	karena	$x\beta$		
Ra/2/5.7c	sebagian besar dari materi coaching juga berisi "life lessons": "laws of life", "truths of life", yang berupa sikap dan nilai-nilai kehidupan.	koma	$xy$		
Ra/2/5.8a	Rapport akan lebih mudah terbentuk		$\alpha$		√
Ra/2/5.8b	bila daya tarik dan 'familiarity' sudah terjadi.	bila	$x\beta$		
Ra/2/6.1a	Rapport terjadi		$\alpha$		√
Ra/2/6.1b	bila individu merasa aman sepenuhnya dengan keberadaan kita.	bila	$x\beta$		
Ra/2/6.2a	Selain itu, ia perlu merasa		$\alpha$		√
Ra/2/6.2b	bahwa ia dimengerti.	bahwa	$x\beta$		
Ra/2/6.3a	Ini sulit terjadi		$\alpha$		√
Ra/2/6.3b	bila atasan terlalu sibuk dengan agenda dirinya	bila	$x\beta$ 1	√	
Ra/2/6.3c	dan memikirkan dirinya sendiri.	dan	+2		
Ra/2/6.4a	Untuk itu, atasan perlu untuk sementara waktu bersikap 'selfless' dan 'selesai' dengan dirinya sendiri.				

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

Ra/2/6.5a	Caranya, antara lain dengan menunjukkan dirinya 100% siap menolong,		1	√	
Ra/2/6.5b	menghadapi orang lain dengan tulus	koma	+2		
Ra/2/6.5c	dan penuh minat mencari tahu tentang keadaan bawahan.	dan	+3		
Ra/2/6.6a	Sikap proaktif seorang pemimpin tetap harus terarah pada anggota tim, bukan kepada dirinya sendiri.				
Ra/2/6.7a	Karisma dan sikap saling mengerti hanya terarah pada anggota timnya,		1	√	
Ra/2/6.7b	tidak pernah memikirkan untung rugi atau timbal baliknya hubungan.	koma	+2		
Ra/2/6.8a	Ketika mengajukan pertanyaan atau ditanya, kita pun perlu bersikap sebagai “ <i>open space listener</i> ”,		$\alpha$		√
Ra/2/6.8b	yaitu dengan sabar menunggu jawaban dan pendapat orang lain,	yaitu	$=\beta$ $\alpha$		√
Ra/2/6.8c	tanpa kehendak untuk mengeluarkan pendapat kita sendiri,	koma	$+\beta$ $\alpha$		√
Ra/2/6.8d	karena ‘ <i>agenda</i> ’ kita memang tidak lain daripada membuat orang lain merasa dimengerti.	karena	$\times\beta$		
Ra/2/6.9a	Hanya dengan upaya keras untuk membuat ‘ <i>impact</i> ’ pada pihak lainlah		$\alpha$		√
Ra/2/6.9b	kita bisa membina hubungan kondusif yang ujungnya bisa mempengaruhi anggota tim kita untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik.		$\times\beta$		
<b>Jumlah Proses = 47</b>				<b>17</b>	<b>30</b>
<b>Teks 3. NILAI TAMBAH KREATIVITAS</b>					
NTK/3/1.1a	Kreativitas jelas merupakan tuntutan bagi pekerja seni, seperti artis, penyanyi, pemusik atau pelukis.				
NTK/3/1.2a	Kita tahu,		$\alpha$		√
NTK/3/1.2b	‘ <i>income</i> ’ mereka yang sukses di bidang seni seperti ini (adalah) banyak.	koma	$\times\beta$		
NTK/3/1.3a	Seorang pelukis bisa membuat galeri		$\alpha$		√

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (“) : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (‘) : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

NTK/3/1.3b	dari sekedar menjual 1-2 lukisan saja.	dari	$x\beta$		
NTK/3/1.4a	Seorang penyanyi bisa menghasilkan banyak uang dalam sekali bernyanyi.				
NTK/3/1.5a	Bukan main!				
NTK/3/1.6a	Namun, berapa persentase seniman yang (menjadi) sukses ini?				
NTK/3/1.7a	Bukankah (ada) lebih banyak seniman 'tanggung' tanpa apresiasi pelanggan?				
NTK/3/1.8a	Hal ini menjadikan banyak alumni pendidikan seni sendiri		$\alpha$		$\sqrt$
NTK/3/1.8b	yang kemudian merasa bahwa berkreativitas, berinovasi itu tidak 'make money'.		$x\beta$		
NTK/3/1.9a	Benarkah kreativitas tidak memiliki nilai 'moneter'?				
NTK/3/1.10a	Kita tahu		$\alpha$		$\sqrt$
NTK/3/1.10b	dunia bisnis masih kerap melihat kreativitas sebagai kemewahan dan 'arena buang buang duit' saja?		$x\beta$		
NTK/3/1.11a	Kalau bukan pemborosan, ada yang beranggapan		$\alpha$		$\sqrt$
NTK/3/1.11b	bahwa kreativitas atau inovasi adalah 'bagian' orang-orang yang tidak serius dan berdisiplin:	bahwa	$x\beta$		
NTK/3/1.11c	"Area Gen Y!",		"2	$\sqrt$	
NTK/3/1.11d	kata seorang CEO.		1		
NTK/3/1.12a	Ada juga yang menyebut:		1	$\sqrt$	
NTK/3/1.12b	"Industri kami adalah industri yang serius, kita bukan memproduksi 'rock star'".		"2		
NTK/3/1.13a	Paradigma inilah yang sering menyebabkan		$\alpha$		$\sqrt$
NTK/3/1.13b	banyak orang tidak meyakini		$x\beta$		
NTK/3/1.13c	bahwa kreativitas perlu mendapat tempat terdepan dalam pencarian solusi terhadap permasalahan di tempat kerja.	bahwa	$xy$		
NTK/3/2.1a	Bila kita berpikir		$\alpha$		$\sqrt$
NTK/3/2.1b	bahwa kreativitas hanya (menjadi) salah satu 'feature' dalam kegiatan pikir kita,	bahwa	' $\beta$ $\alpha$		$\sqrt$
NTK/3/2.1c	kita perlu membuka mata lebih lebar.	koma	$+\beta$		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN



NTK/3/2.2a	Mekanik mobil harus menemukan cara mendeteksi kerusakan mesin,		$\alpha$		√
NTK/3/2.2b	yang tidak dipelajari dengan sistem <i>problem solving</i> di sekolah.	<b>koma</b>	$+\beta$		
NTK/3/2.3a	CEO yang terkenal kekuatannya dalam mengotak-atik angka keuangan,		$\alpha$		√
NTK/3/2.3b	pada saatnya perlu menggunakan kreativitasnya untuk memahami problem yang kompleks.	<b>koma</b>	$+\beta$		
NTK/3/2.4a	Jelas bahwa kreativitas ada di dalam setiap situasi?				
NTK/3/2.5a	Kita perlu meyakini		$\alpha$		√
NTK/3/2.5b	betapa bisnis tidak bisa berjalan tanpa berkreaitivitas.		$x\beta$		
NTK/3/2.6a	Kita bisa menyaksikan perusahaan bermodal besar,		$\alpha$		√
NTK/3/2.6b	bisa tiba-tiba menjadi 'gajah bengkok' karena tidak kreatif.	<b>koma</b>	$x\beta$		
NTK/3/2.7a	<i>Mindset</i> tidak mementingkan		$\alpha$		√
NTK/3/2.7b	kreativitas sungguh melahirkan mental "tidak bisa" yang membunuh.		$x\beta$		
NTK/3/2.8a	Perusahaan seperti GE, yang demikian sukses di abad ke-20 lalu, sekarang pun berkiprah ke kepedulian lingkungan dan inovasi <i>ecomagination</i> ,		$\alpha$		√
NTK/3/2.8b	serta masih harus membuktikan	<b>serta</b>	$+\beta$	$\alpha$	√
NTK/3/2.8c	apakah mereka akan mencetak laba		$x\beta$	1	√
NTK/3/2.8d	dan membuat perusahaannya bisa se-sexy <i>Apple</i> .	<b>dan</b>		+2	
NTK/3/2.9a	Fenomena ini membuktikan		$\alpha$		√
NTK/3/2.9b	bahwa kreativitas dan inovasi tidak bisa berbentuk ' <i>lipsservice</i> ', basa-basi, atau setengah-setengah.	<b>bahwa</b>	$x\beta$		
NTK/3/3.1a	Bila kita masih meragukan		$\alpha$		√
NTK/3/3.1b	bahwa kreativitas tidak mempunyai nilai moneter,	<b>bahwa</b>	$x\beta$		
NTK/3/3.1c	mari simak kisah Peter Thiel.	<b>koma</b>	$xy$		
NTK/3/3.2a	Dengan kesungguhan hati, beliau meninggalkan dunia advokat		1		√
NTK/3/3.2b	dan menciptakan <i>PayPal</i> .	<b>dan</b>	+2		
NTK/3/3.3a	Apa (yang menjadi) modalnya?				

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha, \beta, \gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

NTK/3/3.4a	Pemikiran matang yang dielaborasi		1	√	
NTK/3/3.4b	dan dituntaskan.	dan	+2		
NTK/3/3.5a	Hasilnya, Thiel sekarang menjadi pemegang saham terbesar dari perusahaan bergengsi lain seperti <i>Facebook</i> .				
NTK/3/3.6a	Ia pun kini mengerjakan hal yang diimpikannya,		1	√	
NTK/3/3.6b	yaitu menjadi dosen di Stanford dengan mata kuliah <i>creative economy</i> .	yaitu	=2		
NTK/3/3.7a	Kreativitas sebagai kunci sukses finansial juga sudah dibuktikan oleh Cirque du Soleil,		$\alpha$		√
NTK/3/3.7b	yang mengubah sirkus binatang yang hampir mati,	koma	$x\beta$		
NTK/3/3.7c	menjadi ajang <i>show</i> musikal dan tari manusia berbakat.	koma	$xy$		
NTK/3/3.8a	Strateginya adalah		$\alpha$		√
NTK/3/3.8b	memasukkan sedikit bumbu imajinasi dalam rumus strategi kita.	adalah	= $\beta$		
NTK/3/3.9a	Jadi, pertanyaannya sekarang adalah:		$\alpha$		√
NTK/3/3.9b	apa upaya yang harus kita lakukan dalam perusahaan agar manusianya termotivasi		$x\beta$		
NTK/3/3.9c	untuk senantiasa melakukan perbaikan produk,	untuk	$xy$ 1	√	
NTK/3/3.9d	membaca pelanggan,	koma	+2		
NTK/3/3.9e	bahkan membuat terobosan baru.	bahkan	+3		
NTK/3/4.1a	Kita sering menyaksikan perusahaan mengunggulkan peran <i>salesman</i> dan <i>frontliner</i> ,		$\alpha$		√
NTK/3/4.1b	karena merekalah orang yang bertemu pelanggan.		$x\beta$		
NTK/3/4.2a	Ada juga perusahaan yang membayar mahal para ahli keuangannya		$\alpha$		√
NTK/3/4.2b	karena berpikir		$x\beta$ $\alpha$		√
NTK/3/4.2c	bahwa merekalah yang bisa mengkotak katik ' <i>cashflow</i> '		' $\beta$ 1	√	
NTK/3/4.2d	dan mengefisienkan perusahaan,		+2 $\alpha$		√
NTK/3/4.2e	sehingga bisa mencetak laba lebih banyak.		+ $\beta$		
NTK/3/4.3a	Kita tidak menyadari betapa begitu kita meng-'utama'-kan segelintir orang di perusahaan,		$\alpha$		√
NTK/3/4.3b	maka matilah kreativitas yang lain.	maka	= $\beta$		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

NTK/3/4.4a	Individu merasa tidak perlu berinovasi,		$\alpha$		√
NTK/3/4.4b	“Sudah ada ahlinya”,		$x\beta$ “2	√	
NTK/3/4.4c	kata mereka.		1		
NTK/3/4.5a	Padahal, ekonomi kreatif yang didengungkan David Brooks,		$\alpha$		√
NTK/3/4.5b	hanya bisa terjadi	koma	$x\beta$		
NTK/3/4.5c	bila semua orang merasakan urgensi yang sama untuk senantiasa berubah,	bila	$xy$ 1	√	
NTK/3/4.5d	menawarkan ‘value’ baru ke pelanggan		+2		
NTK/3/4.5e	dan men’deliver’nya sesegera mungkin.	dan	+3		
NTK/3/5.1a	Para manajer dan <i>supervisor</i> , sebetulnya perlu membiasakan diri untuk mendisiplinkan kreativitas.				
NTK/3/5.2a	Walalupun sulit dan tidak teraga, kreativitas bisa di-’manage’.				
NTK/3/5.3a	Di sebuah perusahaan yang yakin akan inovasi, disebarkan <i>spirit</i> “can do”,		1	√	
NTK/3/5.3b	yaitu tidak ada kata “tidak bisa”.	yaitu	=2		
NTK/3/5.4a	Mereka juga menumbuhkan keyakinan		$\alpha$		
NTK/3/5.4b	bahwa kesalahan adalah cara merangsang inovasi.	bahwa	$x\beta$		√
NTK/3/5.5a	Tanpa susah-susah, perusahaan ini sudah memotivasi seluruh karyawan untuk berkreasi.				
NTK/3/5.6a	Masih banyak cara yang bisa kita gunakan,		$\alpha$		√
NTK/3/5.6b	agar berinovasi dianggap setiap orang sesuatu yang ‘fun’ dan menantang, tetapi juga keharusan.	agar	$x\beta$		
NTK/3/5.7a	Kita bisa menggalakkan ‘ <i>brainstorming</i> ’ sebelum mengambil keputusan.		1	√	
NTK/3/5.8a	Kita pun bisa menggalakkan ‘ <i>wholebrain thinking</i> ’ dengan menukar <i>problem solver</i> yang tidak sesuai bidangnya,		+2 1	√	
NTK/3/5.8b	misalnya akuntan diminta memecahkan masalah pemasaran atau sebaliknya.		$x2$		
NTK/3/6.1a	Pada tahun 2005, W. Chan Kim dan Renée Mauborgne sudah memaparkan usulan		$\alpha$		√
NTK/3/6.1b	agar kita tidak mati-matian berebut pasar yang serupa dengan	agar	$x\beta$ 1	√	

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (“) : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (‘) : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	kompetitor,				
NTK/3/6.1c	misalnya dengan banting harga		<b>+2</b>		
NTK/3/6.1d	atau menjelek-jelekkan kompetitor kita.	<b>atau</b>	<b>+3</b>		
NTK/3/6.2a	Hal yang bisa kita lakukan adalah mencari " <i>Blue Ocean</i> ",		<b>1</b>	√	
NTK/3/6.2b	yaitu ajang kreativitas, di mana kita berani tampil beda,	<b>yaitu</b>	<b>=2</b> <b>α</b>		√
NTK/3/6.2c	sehingga tidak perlu berkompetisi berdarah-darah.	<b>sehingga</b>	<b>xβ</b>		
NTK/3/6.3a	Inilah yang dilakukan Steve Jobs sejak lama.				
NTK/3/6.4a	Ia menjual musik melalui <i>i-Tunes</i> ,		<b>1</b>	√	
NTK/3/6.4b	membuat telpon 3 in 1,	<b>koma</b>	<b>+2</b>		
NTK/3/6.4c	dan membuat komputer 4 in 1.	<b>dan</b>	<b>+3</b>		
NTK/3/6.5a	Semua ini memang sekadar keperluan sehari-hari kita,		<b>1</b>	√	
NTK/3/6.5b	tetapi pengolahannya yang membuat ia beda,	<b>tetapi</b>	<b>+2</b> <b>α</b>		√
NTK/3/6.5c	sehingga nilai tambah pun muncul.	<b>sehingga</b>	<b>xβ</b>		
NTK/3/6.6a	Buah pemikiran itu kemudian menjadi sangat bernilai		<b>1</b>	√	
NTK/3/6.6b	dan pada akhirnya mencetak keuntungan material yang luar biasa.	<b>dan</b>	<b>+2</b>		
NTK/3/6.7a	Disinilah bedanya menghadapi kesulitan,		<b>α</b>		√
NTK/3/6.7b	perang kompetisi dengan berpikir keras untuk mendapatkan peluang.		<b>=β</b>		
NTK/3/7.1a	Riset menunjukkan		<b>α</b>		√
NTK/3/7.1b	betapa kreativitas adalah ketrampilan yang diasah dan dikembangkan,	<b>betapa</b>	<b>xβ</b> <b>1</b>	√	
NTK/3/7.1c	bukan dimiliki sejak lahir.		<b>+2</b>		
NTK/3/7.2a	Semakin sering kita melakukan <i>benchmark</i> ,		<b>1</b>	√	
NTK/3/7.2b	mengembangkan minat pada bidang lain di luar bidang keahlian kita,		<b>+2</b>		
NTK/3/7.2c	berdiskusi dengan individu dari keahlian yang berbeda,		<b>+3</b>		
NTK/3/7.2d	semakin tajam kita		<b>+4</b> <b>α</b>		√
NTK/3/7.2e	saat membedah permasalahan kerja kita dengan sudut pandang baru.		<b>xβ</b>		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI            (") : LOKUSI            1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI            (') : IDE            α, β, γ, dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

NTK/3/7.3a	Penelitian bahkan mengatakan,		$\alpha$		√
NTK/3/7.3b	bahwa karyawan yang aktif bersosial media,	<b>bahwa</b>	$\alpha$		√
NTK/3/7.3c	punya kecenderungan lebih kreatif daripada yang tidak.		$x\beta$		
NTK/3/7.4a	Kita bisa melihat		$\alpha$		√
NTK/3/7.4b	betapa mengasah kreativitas		$x\beta$		
NTK/3/7.4c	bahkan bisa mengembangkan kualitas kehidupan kita secara menyeluruh,	<b>bahkan</b>	$xy$	$\alpha$	√
NTK/3/7.4d	yang ujung-ujungnya akan memberi kontribusi pada kemajuan bisnis, juga masyarakat.		$+ \beta$		
NTK/3/7.5a	Ya, kreativitas tidak boleh dikebelakangkan.				
NTK/3/7.6a	Kita sudah tidak punya pilihan: <i>delight or die</i> .				
<b>Jumlah Proses = 59</b>				<b>20</b>	<b>39</b>
<b>Teks 4. TERIMA KASIH</b>					
TK/4/1.1a	Teman saya, seorang yang sukses memimpin berbagai perusahaan		<b>1</b>	√	
TK/4/1.1b	dan sangat populer di pergaulan,	<b>dan</b>	$+2$	$\alpha$	√
TK/4/1.1c	mempunyai kebiasaan yang sudah sangat dikenali oleh orang-orang yang dekat dengannya.		$x\beta$		
TK/4/1.2a	Setiap percakapan melalui email atau teks, selalu diakhirinya dengan kata: "Terima kasih".				
TK/4/1.3a	Hal yang unik adalah ia ingin agar dialah yang menutup pembicaraan.				
TK/4/1.4a	Bila ucapan "terima kasih"-nya kita jawab,	<b>bila</b>	<b>1</b>	√	
TK/4/1.4b	maka ia akan menambahkan komentar lain,	<b>maka</b>	$+2$	$\alpha$	√
TK/4/1.4c	supaya ia menjadi orang yang terakhir berucap dalam dialog itu.		$x\beta$		
TK/4/1.5a	Pada sebuah kesempatan, saya tanyakan,		$\alpha$		√
TK/4/1.5b	mengapa ia mempunyai kebiasaan 'manis' ini.		$\alpha$		
TK/4/1.6a	Jawaban beliau sederhana saja:		<b>1</b>	√	
TK/4/1.6b	"Itu cara saya menghargai orang".		$\alpha$		
TK/4/2.1a	Setiap orang memang bisa punya pandangan berbeda-beda				

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	mengenai ungkapan 'terima kasih'.				
TK/4/2.2a	Seorang manajer pernah mengeluh		$\alpha$		√
TK/4/2.2b	bahwa ungkapan terima kasih yang ia sampaikan,	<b>bahwa</b>	" $\beta$ $\alpha$		√
TK/4/2.2c	kerap oleh orang lain dianggap otomatis memang harus demikian.		$x\beta$		
TK/4/2.3a	Itu sebabnya, ada pula orang yang merasa		$\alpha$		√
TK/4/2.3b	bahwa ungkapan tersebut bisa digantikan proses elektrik yang dilakukan oleh komputer.	<b>bahwa</b>	' $\beta$		
TK/4/2.4a	Bagi sebagian orang, ungkapan 'terimakasih' dianggap sebagai sesuatu yang "ekstra",		$\alpha$		√
TK/4/2.4b	yang hanya diberikan untuk tindakan-tindakan yang melampaui ekspektansi.		$x\beta$		
TK/4/2.5a	Bukan untuk hasil tindakan sehari-hari.				
TK/4/2.6a	"Mereka dibayar untuk mengerjakan pekerjaan mereka, mengapa kita harus mengucapkan terima kasih?",		"2	√	
TK/4/2.6b	ujar seorang 'owner' perusahaan.		1		
TK/4/2.7a	Di sebuah organisasi yang tengah menggalakkan budaya " <i>Smile &amp; Thanks</i> ",		$\alpha$		√
TK/4/2.7b	seorang karyawan bahkan berkata,.		$+\beta$ 1	√	
TK/4/2.7c	"Saat saya menandatangani kontrak kerja dulu, tidak tertulis kewajiban untuk mengatakan 'terima kasih'. Jadi, mengapa harus repot-repot?"		"2		
TK/4/2.8a	Alangkah bertentangnya dengan teman saya di atas.				
TK/4/3.1a	Kata terima kasih, memang terasa begitu sederhana,		$\alpha$		√
TK/4/3.1b	sehingga tanpa disadari sering terlewat dalam benak kita.		$x\beta$		
TK/4/3.2a	Kita bisa jadi terlalu sibuk dengan kegiatan bisnis, berorganisasi, politik untuk bersikap 'baik' pada orang lain.				
TK/4/3.3a	Kita mungkin lupa		$\alpha$		√
TK/4/3.3b	bahwa ungkapan terima kasih bisa mengandung " <i>magic</i> ".		' $\beta$		
TK/4/3.4a	Kata 'terima kasih' juga jelas mengandung rasa hormat		1	√	
TK/4/3.4b	dan menyalurkan rasa 'care' yang berbobot emosi.	<b>dan</b>	$+2$		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

TK/4/3.5a	Bila reward dan apresiasi untuk prestasi cemerlang, kerap kita tuangkan dalam program dan strategi untuk memotivasi karyawan,		$x\beta$		√
TK/4/3.5b	kita sering lupa		$\alpha$ $\alpha$		√
TK/4/3.5c	bahwa situasi yang sehari-hari dan rutinalah yang lebih dominan di dunia kerja.	<b>bahwa</b>	$'\beta$		
TK/4/3.6a	Disinilah kita sering kecolongan		1	√	
TK/4/3.6b	dan lupa menghargai seseorang di dalam tim	<b>dan</b>	+2		
TK/4/3.6c	dan hanya tergugah pada "extra miles" saja.	<b>dan</b>	+3		
TK/4/4.1a	Seorang teman terkejut		$\alpha$		√
TK/4/4.1b	ketika anak buahnya mengirimkan sms "terima kasih".	<b>ketika</b>	$x\beta$		
TK/4/4.2a	Ketika ia tanyakan untuk apa,		$x\beta$		√
TK/4/4.2b	anak buahnya tersebut mengatakan		$\alpha$ $\alpha$		√
TK/4/4.2c	ia berterima kasih		$'\beta$		
TK/4/4.2d	karena diberikan tugas yang super sulit di pekerjaan.		$'\gamma$		
TK/4/4.3a	Setelah itu, mereka langsung bersahabat.				
TK/4/4.4a	Kita lihat,		$\alpha$		√
TK/4/4.4b	betapa kata terima kasih mempunyai bobot emosional.	<b>betapa</b>	$x\beta$		
TK/4/4.5a	Dalam situasi sehari-hari, saat seseorang mengungkapkan terima kasih yang tulus,		$\alpha$		√
TK/4/4.5b	misalnya saat kita menahan pintu lift untuknya,		$x\beta$		
TK/4/4.5c	bukankan kita segera bisa merasakan semburan kehangatan di dalam ekspresinya?		$xy$		
TK/4/4.6a	Kata "terima kasih" bisa sangat ampuh		$\alpha$		√
TK/4/4.6b	untuk kita gunakan dalam menunjukkan kepedulian,		$x\beta$ 1	√	
TK/4/4.6c	menghargai niat baik dari seseorang terhadap orang lain.		+2		
TK/4/4.7a	Di saat di mana kita semakin banyak menggantikan komunikasi tatap muka dengan kontak secara elektronik dan tertulis,		+3	√	
TK/4/4.7b	dan mengkhawatirkan tidak adanya 'jiwa' dalam komunikasi modern ini,	<b>dan</b>	+2		
TK/4/4.7c	alangkah bodohnya bila kita mengabaikan dua kata tersebut.		1		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

TK/4/4.8a	Bukankah kita tidak punya risiko apapun bila mengungkapkannya?				
TK/4/4.9a	Kita tentu tidak pernah bertemu orang yang marah ataupun sedih		$\alpha$		$\sqrt$
TK/4/4.9b	bila mendengar kita mengucapkan “terima kasih”, bukan?	<b>bila</b>	$x\beta$		
TK/4/5.1a	Dalam sebuah survei kecil di perusahaan di mana semua orang mengira		$\alpha$		$\sqrt$
TK/4/5.1b	bahwa hal yang dianggap paling penting oleh karyawan		$x\beta$ 1	$\sqrt$	
TK/4/5.1c	adalah upah,	<b>adalah</b>	=2 $\alpha$		$\sqrt$
TK/4/5.1d	hasilnya ternyata ‘penghargaan’ menduduki peringkat pertama.		$x\beta$		
TK/4/5.2a	Ini (adalah) bukti		$\alpha$		$\sqrt$
TK/4/5.2b	betapa kepedulian, ‘care’ dan apresiasi adalah perilaku manajerial yang penting dalam organisasi.	<b>betapa</b>	$x\beta$ 1	$\sqrt$	
TK/4/5.3a	Dan, hal ini tidak bisa ditampilkan hanya dalam “upacara” atau <i>ceremonial</i> saja,	<b>dan</b>	+2 $\alpha$		$\sqrt$
TK/4/5.3b	karena apresiasi ini justru perlu terasa dalam situasi harian.	<b>karena</b>	$x\beta$		
TK/4/5.4a	“Deadline”, rutinitas pencapaian target, sudah pasti menimbulkan		$\alpha$		$\sqrt$
TK/4/5.4b	tekanan yang membawa suasana menjadi bertegangan tinggi.		$x\beta$		
TK/4/5.5a	Bila tidak hati-hati, disinilah kita bisa kehilangan kesempatan membina “trust” dan hubungan baik,	<b>bila</b>	$\alpha$		$\sqrt$
TK/4/5.5b	yang sesungguhnya adalah unsur utama dari kinerja dan motivasi tim.		$x\beta$		
TK/4/6.1a	Bila kita merasa kerja baik dan kerja keras saja cukup	<b>bila</b>	$\alpha$		$\sqrt$
TK/4/6.1b	untuk membuat kita berhasil di tempat kerja,	<b>untuk</b>	$x\beta$		
TK/4/6.1c	ternyata tidak selalu demikian kondisinya.		$xy$		
TK/4/6.2a	Seorang teman saya, tidak jadi mempromosikan anak buahnya,		$\alpha$		$\sqrt$
TK/4/6.2b	ketika ia tidak mendapat jawaban atas ucapan terima kasihnya.	<b>ketika</b>	$x\beta$		
TK/4/6.3a	Ia mengatakan,		1	$\sqrt$	
TK/4/6.3b	“Bila ungkapan terimakasih disepelekan, bagaimana ia akan menghandel masalah interpersonal yang lebih penting? Hal		“2		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (“) : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (‘) : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN



	yang penting dan ingin saya ketahui sebetulnya adalah apa yang ia pikirkan mengenai 'hubungan' atasan-bawahan, hubungan antar manusia, dan terutama hubungannya dengan perusahaan".				
TK/4/6.4a	Ternyata, bagi sebagian orang, kata terima kasih ia nyatakan dengan cara yang berarti.		1	√	
TK/4/6.5a	Dan sebaliknya, ia pun menginginkan sikap yang sama.	dan	+2		
TK/4/7.1a	Kita sering tidak sadar		$\alpha$		√
TK/4/7.1b	bahwa membuat kebiasaan kecil,	bahwa	$x\beta$		
TK/4/7.1c	seperti "say thank you" mempunyai dampak demikian besar pada kultur kelompok.	seperti	$xy$		
TK/4/7.2a	Ada perusahaan yang mempunyai prosedur standar, dalam rencana proyeknya,		1	√	
TK/4/7.2b	yaitu tahapan "terima kasih".	yaitu	=2		
TK/4/7.3a	Meski ada karyawan yang awalnya mengolok-olok,		1	√	
TK/4/7.3b	namun mereka meyakini	namun	+2 $\alpha$		√
TK/4/7.3c	betapa rutinitas menghargai dan mengucapkan terima kasih secara disiplin akan mengembangkan lingkungan kerja yang lebih positif dan apresiatif,	betapa	$x\beta$		
TK/4/7.3d	yang ujung-ujungnya akan mendorong produktivitas.		$xy$		
TK/4/7.4a	Bila kebiasaan mengucapkan terima kasih ini kemudian dikembangkan dengan mengucapkan alasan yang dibumbui dengan keterangan	bila	$\alpha$		√
TK/4/7.4b	betapa 'action' orang tersebut sudah membuat diri kita beruntung,	betapa	$x\beta$		
TK/4/7.4c	bayangkan betapa moral tim dan hubungan individu dalam kelompok bisa diperbaiki tanpa perlu mengeluarkan biaya mahal sama sekali.		$xy$		
<b>Jumlah Proses = 45</b>				<b>15</b>	<b>30</b>
<b>Teks 5. AHLI</b>					
Ah/5/1.1a	Akses <i>internet</i> yang begitu mudahnya saat ini, menjadikan				

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	pengetahuan seolah sudah jadi semurah kacang goreng.				
Ah/5/1.2a	Kita mengalami banjir informasi.				
Ah/5/1.3a	Tiba-tiba kita merasa lebih <i>"in the know"</i> daripada waktu-waktu sebelumnya.				
Ah/5/1.4a	Bahkan banyak ilmu yang dulunya tidak populer,	<b>bahkan</b>	$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
Ah/5/1.4b	kini menjadi demikian populer, dengan frekuensi informasi yang bertubi-tubi, melalui sosial media, <i>blogs</i> dan lain-lain.		$x\beta$		
Ah/5/1.5a	Kita bisa belajar menari, menonton cara memasak, cara membuat sabun, bahkan cara membuat bom dan apapun dalam <i>internet</i> .				
Ah/5/1.6a	Bila beberapa dekade yang lalu orang membayar mahal untuk pergi ke konsultan perkawinan, ahli finansial, konsultan bisnis,	<b>bila</b>	$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
Ah/5/1.6b	sekarang ke semua ilmu itu ada di buku-buku populer,		$x\beta$		
Ah/5/1.6c	yang ditulis oleh orang yang "tahu",		$xy$	1	$\sqrt{\quad}$
Ah/5/1.6d	tetapi tidak terlalu berpengalaman sekali.	<b>tetapi</b>		+2	
Ah/5/1.7a	Kita sudah berada di era <i>"everyday expert"</i> yang udah tidak bisa dihindari, ditolak, ataupun dilecehkan.				
Ah/5/2.1a	Dulu kita kadang mengatakan,		1		$\sqrt{\quad}$
Ah/5/2.1b	"serahkan saja pada ahlinya".		"2		
Ah/5/2.2a	Namun, pernyataan ini sekarang menjadi kontradiksi,		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
Ah/5/2.2b	karena kita dihadapkan pada situasi		$x\beta$		
Ah/5/2.2c	di mana sulit membedakan mana yang benar-benar ahli karena ilmu dan pengalaman,		$xy$	$\alpha$	$\sqrt{\quad}$
Ah/5/2.2d	dengan mereka yang menjadi pengamat		$=\beta$	1	$\sqrt{\quad}$
Ah/5/2.2e	dan kemudian bisa memberikan kata-kata "cerdas" dan "bertuah" layak ahlinya.			+2	
Ah/5/2.3a	Orang dengan mudah menulis		1		$\sqrt{\quad}$
Ah/5/2.3b	dan mempublikasikan <i>tips</i> .	<b>dan</b>	+2		
Ah/5/2.4a	Orang dengan mudah membuat analisa politik.		1		$\sqrt{\quad}$
Ah/5/2.5a	Bahkan, ajang analisa, tanpa proses edit, disediakan oleh harian-harian terkemuka.	<b>bahkan</b>	+2		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha, \beta, \gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

Ah/5/2.6a	Fasilitas sosial media, bukan sekedar berubah menjadi ajang penjualan ' <i>online</i> ' aja, tetapi juga ajang pengajaran kilat.				
Ah/5/2.7a	Kita tidak bisa mengatakan pembicaraan para 'pemula' ini sebagai hal yang <i>ngawur</i> ,		$\alpha$		$\sqrt$
Ah/5/2.7b	karena apa yang mereka ulas masuk akal,	<b>karena</b>	$x\beta$	$\alpha$	$\sqrt$
Ah/5/2.7c	juga berguna bagi orang yang belum tahu dan membutuhkan.	<b>juga</b>		$+\beta$	
Ah/5/2.8a	Kita bisa menikmati hasil pengalaman sehari-hari,		<b>1</b>		$\sqrt$
Ah/5/2.8b	dan pengkajian individu terhadap beberapa tulisan, menjadi subyek yang menarik.	<b>dan</b>	<b>+2</b>		
Ah/5/2.9a	Dalam sekejap, masyarakat tiba-tiba bisa memproklamirkan seseorang menjadi "ahli".				
Ah/5/2.10a	Memang, dalam era <i>internet</i> seperti ini, "bisa" ilmu individu tidak dites lagi oleh penggunanya.				
Ah/5/2.11a	Jadilah banyak orang kemudian bisa menjadi " <i>All-Star Adviser</i> ".				
Ah/5/3.1a	Kita bisa melihat		$\alpha$		$\sqrt$
Ah/5/3.1b	betapa ahli-ahli yang sebenarnya, menjadi kehilangan pasar karena para amatir sudah 'berjalan sendiri'.	<b>betapa</b>	$x\beta$		
Ah/5/3.2a	Jalur ekspertis, sudah menjadi singkat secara dramatis.		$\alpha$		$\sqrt$
Ah/5/3.3a	Misalnya saja, <i>gadget</i> canggih yang memberi kemudahan bagi kita untuk memotret dan mengedit foto dalam hitungan detik,	<b>misalnya</b>	$x\beta$		
Ah/5/3.3b	membuat "ahli fotografi" kemudian berjamur di mana-mana.	<b>koma</b>	$xy$		
Ah/5/3.4a	Bagaimana kualitas foto yang mereka hasilkan?				
Ah/5/3.5a	" <i>Not bad</i> ",		<b>"2</b>		$\sqrt$
Ah/5/3.5b	kata orang.		<b>1</b>		
Ah/5/3.6a	Kita sedang menghadapi era di mana para " <i>partial pro</i> " sudah laku dan terpakai.				
Ah/5/3.7a	Pertanyaannya, (adalah)		$\alpha$		$\sqrt$
Ah/5/3.7b	apakah kemudian kita memang tidak perlu lagi mengembangkan keahlian yang mendalam?		$x\beta$		
Ah/5/3.8a	Apakah organisasi masih membutuhkan individu yang benar-benar ahli di beberapa posisi, atau situasi?				

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha, \beta, \gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

Ah/5/4.1a	Kita bisa menyaksikan sendiri,		$\alpha$		√
Ah/5/4.1b	betapa di parlemen, orang yang tidak tahu sama sekali mengenai suatu subyek,	<b>betapa</b>	$x\beta$		
Ah/5/4.1c	mengajukan pertanyaan-pertanyaan pada eksekutor,		$xy$		
Ah/5/4.1d	yang bukan saja sudah berbulan-bulan menyusun laporan,		$x\delta$ 1	√	
Ah/5/4.1e	tetapi juga sudah bertahun-tahun berkuat dibidangnya.	<b>tetapi</b>	+2		
Ah/5/4.2a	Saat sekarang, terhadap ekspertis pun sudah terjadi demokratisasi.				
Ah/5/4.3a	Siapa pun boleh bicara mengenai ilmu apa pun.				
Ah/5/4.4a	Melalui <i>internet</i> dan berbagai bacaan, orang-orang awam yang pandai bisa mempelajari ilmu tertentu, misalnya ilmu kedokteran atau bahkan ilmu bedahnya.		1	√	
Ah/5/4.5a	Namun, untuk menjadi ahli bedah yang handal, ada proses yang tidak bisa ditawar-tawar.	<b>namun</b>	+2		
Ah/5/4.6a	Dibutuhkan jumlah praktek intensif berkualitas		$\alpha$		√
Ah/5/4.6b	untuk bisa mengembangkan keahlian ini.	<b>untuk</b>	$x\beta$		
Ah/5/4.7a	Jadi, kita tetap bisa meyakini		$\alpha$		√
Ah/5/4.7b	bahwa proses menjadi <i>expert</i> ,	<b>bahwa</b>	$x\beta$		
Ah/5/4.7c	tidak terjadi dalam semalam.		$xy$		
Ah/5/5.1a	Kita bisa melihat banyak lembaga atau organisasi yang 'memelihara' para ahli sampai usia yang terlalu lanjut,		$\alpha$		√
Ah/5/5.1b	tanpa berpikir keras untuk mempersiapkan suksesinya.		$x\beta$		
Ah/5/5.2a	Ini tentu hal berbahaya pada saat organisasi berkembang.				
Ah/5/5.3a	Bisakah kita meng-kloning seorang ahli, misalnya saja <i>salesman</i> yang jagoan, dengan anak muda yang masih mentah?				
Ah/5/5.4a	Keahlian seorang <i>salesman</i> memang nampaknya sederhana,		1	√	
Ah/5/5.4b	tetapi perjuangannya, pengorbanannya, mawas diri dan proses belajarnya, sampai ia trampil melihat peluang, jago mendekati pelanggan, tahu kapan bertahan harga dan bernegosiasi, tidak bisa dipelajari dalam semalam.	<b>tetapi</b>	+2		
Ah/5/5.5a	Tidak ada jalan pintas.				

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

Ah/5/5.6a	Waktu yang dibutuhkan seseorang untuk bisa mengklaim dirinya sebagai ahli,		$\alpha$		$\sqrt$
Ah/5/5.6b	umumnya tidak kurang dari 5 tahun sejak ia pertama berkecimpung di bidangnya.		$x\beta$		
Ah/5/5.7a	Itu pun dengan perhitungan, ia melakukan praktik secara intensif		1	$\sqrt$	
Ah/5/5.7b	dan melakukan ' <i>problem solving</i> ' secara terus-menerus.	dan	+2		
Ah/5/5.8a	Seorang ahli manajemen menyatakan		$\alpha$		$\sqrt$
Ah/5/5.8b	bahwa setiap organisasi perlu memikirkan untuk membangun kapasitas orang-orang melalui mentoring,		" $\beta$ $\alpha$		$\sqrt$
Ah/5/5.8c	yaitu dengan menjadikan para ahli sebagai tempat bertanya,	yaitu	= $\beta$ 1	$\sqrt$	
Ah/5/5.8d	tempat menyelesaikan masalah,		+2		
Ah/5/5.8e	dan juga tempat mengembangkan kekuatan perusahaan misalnya " <i>product knowledge</i> ", inovasi, atau servis.	dan	+3		
Ah/5/6.1a	Adakalanya kita mendengar bisik-bisik para CEO atau pemilik perusahaan:		"2	$\sqrt$	
Ah/5/6.1b	"Saya tidak tahu harus berbuat apa tanpa dia",		1 $\alpha$		$\sqrt$
Ah/5/6.1c	bila membicarakan seseorang dengan keahlian khusus yang sangat dibutuhkan perusahaan.	bila	$x\beta$		
Ah/5/6.2a	Tentunya ketergantungan ini sangat tidak sehat		1	$\sqrt$	
Ah/5/6.2b	dan berbahaya.	dan	+2		
Ah/5/6.3a	Sampai-sampai Henry Ford pernah menyatakan		$\alpha$		$\sqrt$
Ah/5/6.3b	bahwa sebaiknya tidak ada seorang expert pun di perusahaan.	bahwa	" $\beta$		
Ah/5/6.4a	Pernyataan ini tentu menyesatkan.				
Ah/5/6.5a	Bayangkan apa jadinya bila individu tidak memelihara,		1	$\sqrt$	
Ah/5/6.5b	tidak mempertajam,		+2		
Ah/5/6.5c	bahkan mentelantarkan keahliannya?	bahkan	+3		
Ah/5/6.6a	Siapa yang akan memberi 'nilai' tambah pada perusahaan?				
Ah/5/6.7a	Siapa yang akan mempercanggih lembaga?				
Ah/5/6.8a	Tanpa expertis, lembaga akan berhadapan dengan 'potential loss' di depan mata.				
Ah/5/7.1a	Seorang ahli mengatakan		$\alpha$		$\sqrt$

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

Ah/5/7.1b	setidaknya untuk membentuk seseorang sampai menjadi ahli,	<b>bahwa</b>	<b>“β</b>		
Ah/5/7.1c	ia harus betul-betul ‘masuk’ ke dalam kegiatan tersebut,		<b>“γ</b>	<b>1</b>	√
Ah/5/7.1d	dan mengalami pahit manisnya.	<b>dan</b>		<b>+2</b>	
Ah/5/7.2a	Sambil mendalaminya,			<b>α</b>	√
Ah/5/7.2b	perlu ada tanya jawab yang sangat intensif baik oleh pembimbingnya, maupun oleh yang dilatih.	<b>koma</b>		<b>xβ</b>	
Ah/5/7.3a	Mempertajam keahlian bisa dilakukan dengan mengembangkan pertanyaan pertanyaan perlu bersifat diagnostik,			<b>1</b>	√
Ah/5/7.3b	dan selalu diarahkan pada <i>problem solving</i> yang empiris.	<b>dan</b>		<b>+2</b>	
Ah/5/7.4a	Kiatnya adalah: <i>“OPPTY”: observation, practice, partnering, problem solving, dan taking responsibility.</i>				
Ah/5/7.5a	Ternyata keahlian, tidak gampang diwariskan.			<b>α</b>	√
Ah/5/7.6a	Perlu ada kegiatan yang serius untuk pengembangan ini.			<b>xβ</b>	
Ah/5/7.7a	Hanya dengan ‘mengulik’ secara intensif dan mendalam, seorang <i>expert</i> bisa ditumbuhkan.				
<b>Jumlah Proses = 38</b>				<b>17</b>	<b>21</b>
<b>Teks 6. DEKAT DIHATI</b>					
DD/6/1.1a	Banyak orang yang jago, ahli dan menguasai bidang kerjanya, mengeluh “suara”-nya tidak didengar			<b>1</b>	√
DD/6/1.1b	atau bahkan kehadirannya disepelekan oleh rekan kerja lainnya.	<b>atau</b>		<b>+2</b>	
DD/6/1.2a	Seorang karyawan, Ani, dengan nada frustrasi mengeluh,			<b>1</b>	√
DD/6/1.2b	“Soal pengalaman dan hasil pekerjaan, saya lebih baik. Namun, rekan saya yang hasil kerjanya tidak hebat-hebat amat, lebih didengar. Dengan situasi ini, kecil kemungkinan saya bisa dipromosikan jadi <i>manager</i> ”.			<b>“2</b>	
DD/6/1.3a	Lain lagi Ari, yang bekerja di perusahaan konsultan global terkenal.				
DD/6/1.4a	Proyek-proyeknya sangat penting.			<b>1</b>	√
DD/6/1.5a	Dan, karena kesuksesannya, ia sering diminta menjadi pembicara di berbagai seminar.	<b>dan</b>		<b>+2</b>	√

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (“) : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (‘) : IDE      α, β, γ, dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

DD/6/1.6a	"Tapi, mengapa ya, saya punya ' <i>feeling</i> ' bahwa orang tidak mengerti apa yang saya terangkan dan tidak mem-" <i>buy in</i> " apa yang saya anjurkan?"		"2		
DD/6/1.7a	Bila kita amati, memang banyak sekali masalah 'pengaruh' di sekitar kita.				
DD/6/1.8a	Otoritas, pengangkatan seseorang menjadi direktur, manajer ataupun pejabat sekalipun, tidak menjamin		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
DD/6/1.8b	ia bisa diterima,		$x\beta$	1	$\sqrt{\quad}$
DD/6/1.8c	disayang,			+2	
DD/6/1.8d	di-" <i>buy in</i> "			+3	
DD/6/1.8e	atau juga dikenang oleh orang di sekitarnya.	atau		+4	
DD/6/1.9a	Kita bisa patuh tanpa 'suka' pada pemimpin kita.				
DD/6/2.1a	Masyarakat memang bebas membeli simpati pada tokoh yang dipilihnya.				
DD/6/2.2a	Kita melihat banyak upaya pejabat untuk mengembangkan pencitraan dan kedekatan dengan rakyatnya.		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
DD/6/2.3a	Kadang, semakin besar upayanya, malah (menjadi) semakin buruk pencitraannya.		$x\beta$		
DD/6/2.4a	Setiap ungkapan, foto, bahkan pesan <i>twitter</i> -nya dikomentari negatif oleh masyarakat.		$xy$		
DD/6/2.5a	Sebaliknya, minggu lalu, kita melihat		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
DD/6/2.5b	bagaimana orang berbondong-bondong, mengantarkan Ustadz Jeffrey ke tempat peristirahatan terakhirnya.		$x\beta$		
DD/6/2.6a	Dari berbagai penjuru lokasi, orang-orang datang untuk menyembahyangkan jenazahnya,		$xy$	1	$\sqrt{\quad}$
DD/6/2.6b	mengingat-ingat kebaikannya.			+2	
DD/6/2.7a	Seolah-olah tidak seorang pun punya keinginan untuk cepat-cepat menghilangkan kenangan almarhum dari benak dan kehidupannya.		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
DD/6/2.8a	Bahkan kerendahan hatinya, keinginan beliau untuk tidak menonjol pun, malah menjadi " <i>signature voice</i> "-nya.	bahkan	$x\beta$		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

DD/6/2.9a	Terasa benar ia (menjadi) “dekat”, “disayang” dan “hadir” di hati masyarakat.				
DD/6/2.10a	Hampir-hampir, tidak ada satu media pun yang menyebut-nyebut hal negatif mengenai Uje.				
DD/6/2.11a	Apa yang sudah dilakukan almarhum?				
DD/6/2.12a	Mengapa ia (menjadi) begitu dekat di hati?				
DD/6/3.1a	Kita tahu tidak sedikit orang memoles “tongkrongan” untuk meningkatkan pengaruh.		1	√	
DD/6/3.2a	Namun, sebaliknya, kita melihat tokoh yang tidak punya ‘tongkrongan’,	namun	+2 α		√
DD/6/3.2b	seperti contohnya ibu Teresa, bisa memimpin barisan relawan yang jumlahnya beribu-ribu orang,		xβ		
DD/6/3.2c	disayang,		xγ		
DD/6/3.2d	direspect,		xδ		
DD/6/3.2e	diikuti,		xε 1	√	
DD/6/3.2f	sama berpengaruhnya seperti wanita besi, Margareth Thatcher.		=2		
DD/6/3.3a	Apa yang membuat pemimpin mempunyai ‘keberadaan’ kuat seperti ini?				
DD/6/3.4a	Apa yang membuat pengikut ‘jatuh cinta’ pada pemimpinnya?		1	√	
DD/6/3.5a	Apa yang membuat bawahan mengagumi		+2		
DD/6/3.5b	dan ‘percaya’ pada apa yang dinyatakan pemimpinnya?	dan			
DD/6/3.6a	Pendapat bahwa karakter yang merupakan ‘bawaan’ kepribadian,		α		√
DD/6/3.6b	sangat menentukan pengaruh, tidak selalu benar,		xβ		
DD/6/3.6c	karena orang yang pendiam, kecil tidak ‘keren’ pun terkadang bisa berpengaruh.	karena	xγ		
DD/6/3.7a	Berarti benar, <i>some things need to be believed to be seen</i> ,		“2	√	
DD/6/3.7a	kata orang.		1		
DD/6/4.1a	Dari beberapa contoh, kita bisa belajar		α		√
DD/6/4.1b	bahwa otoritas pengikut atau masyarakat seringkali diperoleh seorang pemimpin		‘β α		√

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (“) : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (‘) : IDE      α, β, γ, dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN



DD/6/4.1c	setelah ia membuktikan “harga”-nya di depan ‘mata-kepala’ pengikutnya, bukan karena cerita atau kata-kata.		$x\beta$		
DD/6/4.2a	Banyak orang mengatakan		$\alpha$		√
DD/6/4.2b	bahwa pemimpin harus menjadi model, contoh bagi pengikutnya.	<b>bahwa</b>	$x\beta$ 1	√	
DD/6/4.3a	Namun, sering kali hal itu pun masih tidak cukup.	<b>namun</b>	+2		
DD/6/4.5a	Kita bisa melihat		$\alpha$		√
DD/6/4.5b	bahwa pamor yang dipancarkan seorang pemimpin benar-benar datang dari tingkah lakunya.	<b>bahwa</b>	$x\beta$		
DD/6/4.6a	Bila individu betul-betul serius ingin mengembangkan kedekatan dan pengaruhnya,		$\alpha$		√
DD/6/4.6b	ia mesti terlihat menciptakan hal-hal yang baik,		$x\beta$ $\alpha$		√
DD/6/4.6c	bahkan perlu membuktikan kemampuannya menghadapi situasi-situasi sulit, berkonflik, dan mendesak.	<b>bahkan</b>	+ $\beta$		
DD/6/4.7a	Melalui situasi seperti itulah orang bisa menyaksikan obsesi, standar dan fokus kita sebagai pemimpin.		1	√	
DD/6/4.8a	Melalui situasi sehari-harilah orang mengetahui		+2 $\alpha$		√
DD/6/4.8b	bagaimana kita meng-‘ <i>approach</i> ’ orang lain,		$x\beta$ 1	√	
DD/6/4.8c	berbicara secara tulus dan jujur,		+2		
DD/6/4.8d	dan bagaimana kita menyalurkan emosi kita secara positif.	<b>dan</b>	+3		
DD/6/5.1a	Kita tentu pernah mendengar cerita Bung Karno yang rutin mengunjungi rumah-rumah pegawai istana		1	√	
DD/6/5.1b	dan <i>menyomot</i> tempe goreng masakan dari dapur rumah pegawai.	<b>dan</b>	+2		
DD/6/5.2a	Bila kita telaah,	<b>bila</b>	$\alpha$		√
DD/6/5.2b	sebetulnya banyak hal yang bisa dilakukan		$x\beta$		
DD/6/5.2c	untuk menunjukkan kita “hadir” untuk tim.		$xy$		
DD/6/5.3a	Kepala pabrik, bisa melakukan <i>briefing</i> harian di lapangan		1	√	
DD/6/5.3b	dan kemudian berkeliling pabrik untuk menegur dan menyapa bawahan.	<b>dan</b>	+2		
DD/6/5.4a	Kepala sekolah, kadang perlu berdiri di gerbang masuk,		1	√	

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (“) : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (‘) : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

DD/6/5.4b	memberi salam pagi pada setiap murid.	<b>koma</b>	<b>+2</b>		
DD/6/5.5a	CEO pun bisa memilih untuk tidak berada di ruangan terpisah, makan siang dikantin, bisa disapa dan didatangi siapa saja.				
DD/6/5.6a	Semua tingkah laku ini adalah contoh		$\alpha$		√
DD/6/5.6b	bagaimana orang bisa memancarkan pamornya yang didasari ketulusan, nilai-nilai yang jelas, dan keyakinan diri.		$x\beta$		
DD/6/5.7a	Tidak ada kekhawatiran		$\alpha$		√
DD/6/5.7b	bahwa kedekatan membuat anak buah “kurang ajar”.	<b>bahwa</b>	$x\beta$ 1	√	
DD/6/5.8a	Tidak ditemui juga niat untuk “jaga <i>image</i> ”.		+2		
DD/6/5.9a	Bisa kita bayangkan,		$\alpha$		√
DD/6/5.9b	bagaimana reaksi para ‘ <i>follower</i> ’ bila pemimpin seperti ini mengajak untuk melakukan sesuatu.		$x\beta$		
DD/6/5.10a	Otoritas tidak penting di sini,		$\alpha$		√
DD/6/5.10b	otoritas seolah sudah mengalir dalam diri pemimpinnya.		$x\beta$		
DD/6/6.1a	Membaur dengan bawahan atau rakyat,		$\alpha$		√
DD/6/6.1b	bukan berarti kita benar-benar ‘menyamakan’ diri.		= $\beta$		
DD/6/6.2a	Sebagai leader, kita mempunyai kewajiban memberi arah.		1	√	
DD/6/6.3a	Namun, dari ‘pengalaman’ menghadapi satu situasi bersama, bawahan akan merekatkan perasaannya pada <i>leadernya</i> .		+2 $\alpha$		√
DD/6/6.4a	Itu sebabnya, mau tidak mau, pemimpin perlu berhati-hati dalam tindakannya.		$x\beta$		
DD/6/6.5a	Pemimpin perlu memiliki ketajaman persepsi dan kesiapan ekstra.				
DD/6/6.6a	Kesalahan atau masalah, perlu ditangani dengan bijaksana,		$\alpha$		√
DD/6/6.6b	tidak diulang.		$x\beta$ $\alpha$		√
DD/6/6.7a	Bahkan, orang lain perlu menyaksikan	<b>bahkan</b>	+ $\beta$ $\alpha$		√
DD/6/6.7b	bahwa kita sebagai pemimpin memiliki jiwa pembelajar		+ $\beta$ 1	√	
DD/6/6.7c	dan berguru pada pengalaman.	<b>dan</b>	+2		
DD/6/6.8a	Walau kita tahu		$\alpha$		√
DD/6/6.8b	bahwa pemimpin perlu mempunyai visi dan pandangan jauh ke	<b>bahwa</b>	$x\beta$		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (“) : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (‘) : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	depan,				
DD/6/6.8c	orientasi ' <i>here and now</i> '-nya tetap harus kuat.		<b>xy</b>		
DD/6/7.1a	Keberadaan pemimpin sangat berpengaruh pada spirit anak buah,		<b><math>\alpha</math></b>		√
DD/6/7.1b	untuk itu ia perlu hadir dalam proses,		<b><math>x\beta</math></b>		
DD/6/7.1c	" <i>being in the zone</i> ".		<b>xy</b>		
DD/6/7.2a	Jadi, seorang pemimpin tidak bisa membiarkan dirinya tidak tahu apa-apa,		<b><math>\alpha</math></b>		√
DD/6/7.2b	apalagi mengatakan		<b><math>x\beta</math></b> <b><math>\alpha</math></b>		√
DD/6/7.2c	bahwa saat kesalahan terjadi, ia kebetulan tidak hadir di situ.		<b>"<math>\beta</math>"</b>		
DD/6/7.3a	Tindakan seperti ini bukan sekedar menandakan tidak bertanggung jawabnya seorang pemimpin, tapi juga ketidakmampuannya untuk berlaku sebagai pemimpin.				
DD/6/7.4a	Pemimpin perlu bertindak apa adanya,		<b>1</b>	√	
DD/6/7.4b	merasa 'comfortable' dengan dirinya,	<b>koma</b>	<b>+2</b> <b><math>\alpha</math></b>		√
DD/6/7.4c	sehingga membiarkan dirinya terekspresikan apa adanya.	<b>sehingga</b>	<b><math>x\beta</math></b>		
DD/6/7.5a	Kita perlu ingat,		<b><math>\alpha</math></b>		√
DD/6/7.5b	kehadiran (adalah) bukan suatu respons		<b><math>x\beta</math></b> <b>1</b>	√	
DD/6/7.5c	melainkan suatu pancaran yang di'rasa'kan orang lain, secara kontinyu.	<b>melainkan</b>	<b>+2</b>		
DD/6/7.6a	Bukan sekali-sekali.				
<b>Jumlah Proses = 50</b>				<b>21</b>	<b>29</b>
<b>Teks 7. BERBAHAGIA</b>					
BB/7/1.1a	Bahagia di tempat kerja jelas hal penting.				
BB/7/1.2a	Kita bisa bayangkan betapa tidak cuma produktivitas dan kinerja yang terganggu		<b><math>\alpha</math></b>		√
BB/7/1.2b	bila individu tidak <i>happy</i> dalam bekerja,	<b>bila</b>	<b><math>x\beta</math></b>		
BB/7/1.2c	lingkungan kerja pun pasti jadi terasa berat dan melelahkan.		<b>xy</b>		
BB/7/1.3a	Tak heran		<b><math>\alpha</math></b>		√
BB/7/1.3b	bila banyak organisasi membuat <i>survey</i> untuk memahami	<b>bila</b>	<b><math>x\beta</math></b> <b><math>\alpha</math></b>		√

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	seberapa <i>happy</i> dan puasny karyawan,				
BB/7/1.3c	bahkan mengukur perkembangan keakraban, keterikatan emosi dan kebahagiaan karyawan.	<b>bahkan</b>	<b>+β</b>		
BB/7/1.4a	Hasil <i>survey</i> akan menjadi dasar untuk mendalami aspek		$\alpha$		√
BB/7/1.4b	yang menjadi penyebab tidak bahagianya karyawan		$x\beta$ $\alpha$		√
BB/7/1.4c	dan faktor apa yang bisa membuat karyawan lebih bahagia.	<b>dan</b>	<b>+β</b>		
BB/7/1.5a	Bila mayoritas karyawan menyampaikan		$\alpha$		√
BB/7/1.5b	bahwa uang bukan faktor terpenting yang membawa kebahagiaan,	<b>bahwa</b>	"β $\alpha$		√
BB/7/1.5c	maka manajemen akan memutar otak	<b>maka</b>	$x\beta$ 1	√	
BB/7/1.5d	dan berpaling pada sikap atasan.	<b>dan</b>	+2		
BB/7/1.6a	Atasannya yang perlu membuat bawahan lebih bahagia.				
BB/7/1.7a	Bila keluhan berkisar seputar ' <i>work life balance</i> ', maka jam kerja yang akan ditilik,	<b>bila</b>	$\alpha$		√
BB/7/1.7b	disorot,		$x\beta$		
BB/7/1.7c	dibenahi,		$x\gamma$		
BB/7/1.7d	bahkan diperpendek.		$x\delta$		
BB/7/1.8a	Padahal, di sisi lain, si pekerja keras, membutuhkan jam kerja panjang untuk berprestasi 'lebih'		1	√	
BB/7/1.8b	dan menjadi ' <i>the best</i> '.	<b>dan</b>	+2		
BB/7/1.9a	Belum lagi kita bicarakan ketidakjelasan kebijakan, main politik, perubahan yang tidak masuk akal dan segala faktor		$\alpha$		√
BB/7/1.9b	yang dengan otomatis akan membuat hati bingung, gundah dan tidak aman.		$x\beta$		
BB/7/1.10a	Begitu kompleksnya faktor yang menciptakan rasa bahagia ini,		$\alpha$		√
BB/7/1.10b	sehingga kadang teori manapun yang digunakan sulit untuk menjawab apa yang bisa mendorong semangat dan prestasi karyawan lagi.	<b>sehingga</b>	$x\beta$		
BB/7/1.11a	Kita pun segera bisa melihat kebenaran pendapat ahli		$\alpha$		√
BB/7/1.11b	yang mengatakan		$x\beta$ $\alpha$		√

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE      α, β, γ, dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

BB/7/1.11c	bahwa mempengaruhi motivasi karyawan dengan faktor eksternal hanyalah mitos,	<b>bahwa</b>	“β     α		√
BB/7/1.11d	karena tidak bisa membuat rasa bahagia karyawan bertahan lama.	<b>karena</b>	xβ		
BB/7/2.1a	Kadang kita lupa		1	√	
BB/7/2.1b	dan memang tidak terpikir	<b>dan</b>	+2     α		√
BB/7/2.1c	bahwa kebahagiaan tidak selalu merupakan konsekuensi dari tindakan tertentu.	<b>bahwa</b>	‘β		
BB/7/2.2a	Bukankah banyak pesan bijak yang menganjurkan tiap individu untuk mengupayakan kebahagiaan dirinya sendiri?				
BB/7/2.3a	Misalnya saja, dalam situasi pernikahan yang diharapkan setidaknya <i>survive</i> paling tidak setengah abad.				
BB/7/2.4a	Kita sering mendengar pesan perkawinan		α		√
BB/7/2.4b	yang mengatakan		xβ     α		√
BB/7/2.4c	bahwa kitalah yang harus menjadi subyek perkawinan	<b>bahwa</b>	“β     1	√	
BB/7/2.4d	dan bukan (menjadi) obyek atau bahkan korban perkawinan tersebut.	<b>dan</b>	X2		
BB/7/2.5a	Kita yang harus aktif membahagiakan diri.				
BB/7/2.6a	Ini berarti, bahagia bukanlah status,		1	√	
BB/7/2.6b	tetapi sifatnya (adalah) aktif	<b>tetapi</b>	+2		
BB/7/2.6c	dan berbentuk tindakan, alias “kata kerja”.	<b>dan</b>	+3		
BB/7/2.7a	Jadi dalam konteks bekerja, individu tidak bisa meletakkan kebahagiaannya semata pada faktor eksternal di luar dirinya,		1	√	
BB/7/2.7b	namun kita sebagai pekerjalah yang harus berbahagia sendiri.	<b>namun</b>	+2		
BB/7/2.8a	Manajemen pun tidak bisa selalu berkuat pada hal-hal eksternal di luar individu,		1	√	
BB/7/2.8b	tetapi justru memikirkan bagaimana individu berbahagia dengan tugasnya, timnya, perusahaannya,	<b>tetapi</b>	+2		
BB/7/2.8c	dan secara aktif pula mengupayakan kebahagiaannya.	<b>dan</b>	+3		
BB/7/3.1a	Masih banyak orang berpendapat		α		√
BB/7/3.1b	bahwa professional sejati perlu lebih mengedepankan “ <i>thinking</i> ”		“β		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI            (“) : LOKUSI            1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI            (‘) : IDE                α, β, γ, dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	atau kekuatan berpikir, daripada kekuatan rasa atau emosi.				
BB/7/3.2a	Menampilkan emosi, saat mengambil keputusan atau adu argumen dalam diskusi,		$\alpha$		√
BB/7/3.2b	bahkan dianggap kurang profesional.	<b>bahkan</b>	$+\beta$		
BB/7/3.3a	Jadi, apakah kira-kira kita seperti Mr Spock dalam Star Trek yang mengatakan:		<b>1</b>	√	
BB/7/3.3b	<i>"Emotions are alien to me. I'm a scientist."?</i>		<b>"2</b>		
BB/7/3.4a	Padahal, jelas kita tidak bisa meninggalkan emosi kita di rumah atau di tempat parkir.				
BB/7/3.5a	Di tempat kerja, kita pasti akan resah		$\alpha$		√
BB/7/3.5b	bila menghadapi muka-muka tembok tanpa ekspresi.	<b>bila</b>	$x\beta$		
BB/7/3.6a	Maukah kita bekerja hanya karena diperbudak gaji, tanpa keterlibatan emosi dan motivasi,		$\alpha$		√
BB/7/3.6b	yang kesemuanya adalah aspek emosional?		$x\beta$		
BB/7/3.7a	Bila kita mengupayakan spirit dan motivasi karyawan yang bersumber dari <i>happiness</i> -nya,	<b>bila</b>	$\alpha$		√
BB/7/3.7b	jelas kita perlu mendalami keadaan emosi manusia.		$x\beta$		
BB/7/4.1a	Sistem manusia tidak mungkin bekerja tanpa emosi.				
BB/7/4.2a	Bagaimana mungkin orang mengambil keputusan tanpa berempati?				
BB/7/4.3a	Ada cerita mengenai seorang karyawan hotel		$\alpha$		√
BB/7/4.3b	yang mau bersusah payah mencari <i>aquarium</i> kecil untuk ikan mas yang dibawa tamu ciliknya.		$x\beta$		
BB/7/4.4a	Ia sampai meminjam ke hotel tetangga.				
BB/7/4.5a	Ketika ditanya		$\alpha$		√
BB/7/4.5b	mengapa ia menjalankan tindakan di luar standar operasi,		<b>"<math>\beta</math></b>		
BB/7/4.5c	ia mengatakan,		<b>1</b>	√	
BB/7/4.5d	"Bisakah Anda membayangkan anak yang semalaman merasa khawatir dan orang tua yang gelisah menginap di hotel kita?"		<b>"2</b>		
BB/7/4.5e	"Saya ingin bekerja untuk pelanggan yang <i>'happy'</i> , supaya saya juga <i>happy</i> ."		<b>"3</b>		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

BB/7/4.6a	Hubungan tim pun tidak mungkin kalau tidak mengandung unsur pertemanan yang melibatkan emosi.				
BB/7/4.7a	Seorang karyawan <i>Southwest Airlines</i> berkomentar,		1	√	
BB/7/4.7b	“Tempat ini begitu seru. Saya tidak bisa <i>resign</i> , karena teman-teman kerja di sini terlalu asik”.		“2		
BB/7/4.8a	Perusahaan yang berhasil menjaga motivasi karyawannya,		$\alpha$		√
BB/7/4.8b	sadar betul akan hal ini,		$x\beta$ $\alpha$		√
BB/7/4.8c	bahkan memberi ruang	bahkan	$+\beta$ $\alpha$		√
BB/7/4.8d	agar karyawan menjadikan perusahaan tempat mengekspresikan emosinya, baik dalam diskusi, bersikap, bertindak, menghasilkan produk, juga mengambil keputusan.	agar	$x\beta$		
BB/7/5.1a	Menciptakan ruang emosi,		$\alpha$		√
BB/7/5.1b	bukan secara harafiah menciptakan ruang untuk menangis, marah-marah, atau sejenisnya.		$=\beta$		
BB/7/5.2a	Hal yang diperlukan justru memeriksa ‘ <i>job loading</i> ’,		$\alpha$		√
BB/7/5.2b	di mana setiap tugas dianalisis kembali bobot keasikannya, tantangannya,		$x\beta$ 1	√	
BB/7/5.2c	menambah bobot pada hal-hal yang menggugah emosi,		+2		
BB/7/5.2d	termasuk melakukan rotasi dan mendelegasi,		+3		
BB/7/5.2e	termasuk menghilangkan birokrasi berbelit-belit yang membuat karyawan merasa lelah atau tidak berarti.		+4		
BB/7/5.3a	Belajar, berkreasi dan bekerjasama dibuat kencang,		$\alpha$		√
BB/7/5.3b	diharuskan,		$x\beta$		
BB/7/5.3c	sekaligus dijaga agar konstruktif.		$xy$		
BB/7/5.4a	Grup hotel Shangrilla berhasil menjaga motivasi karyawan justru dari “ <i>Listening meetings</i> ”,		$\alpha$		√
BB/7/5.4b	di mana karyawan yang berbuat salah		$x\beta$ $\alpha$		√
BB/7/5.4c	malah diberi kesempatan bicara dan didengarkan.	malah	$+\beta$		
BB/7/5.5a	Kesalahan dibedah bukan dengan suasana negatif, tetapi konstruktif.				

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI            (“) : LOKUSI            1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI            (‘) : IDE             $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

BB/7/5.6a	Melalui meeting itu, diadakan perbaikan standar, ceklis, juga perbaikan sikap.				
BB/7/5.7a	Dengan cara ini, turnover karyawan malah bisa ditekan		1	√	
BB/7/5.7b	dan karyawan lebih 'happy'.	dan	+2		
BB/7/5.8a	Worklife balance, sikap atasan, bukannya tidak penting,		1	√	
BB/7/5.8b	namun sifatnya lebih "bumbu" (menambah-nambahkan) saja,	namun	+2		
BB/7/5.8c	sementara pekerjaannya sendiri tetap menjadi inti dan sumber utama happiness karyawan.	sementara	+3		
BB/7/5.9a	Penelitian ahli teori motivasi Herzberg yang terakhir, juga mengemukakan		$\alpha$		√
BB/7/5.9b	bahwa hal yang lebih terbuka untuk dikotak-katik adalah esensi dari pekerjaan yang dilakukan.	bahwa	" $\beta$		
BB/7/5.10a	Manajemen perlu benar-benar memikirkan bagaimana 'mengawinkan' individu dengan pekerjaannya,		$\alpha$		√
BB/7/5.10b	sehingga individu memang membahagiakan dirinya sendiri.	sehingga	$x\beta$		
BB/7/5.11a	Bila ini terjadi,		$\alpha$		√
BB/7/5.11b	hal-hal lain, pasti akan mengikutinya.		$x\beta$		
<b>Jumlah Proses = 47</b>				<b>13</b>	<b>34</b>
<b>Teks 8. MENDENGARKAN</b>					
Men/8/1.1a	Bila berbicara dengan orang yang sudah sepuh, berusia di atas 80-an,		$\alpha$		√
Men/8/1.1b	kita tentu menyadari		$x\beta$		
Men/8/1.1c	bahwa untuk memasukkan isi pembicaraan kita ke dalam pemahamannya,	bahwa	$x\gamma$		
Men/8/1.1d	biasanya kita perlu berbicara dengan volume lebih keras, lebih perlahan,		$x\delta$ 1	√	
Men/8/1.1e	menggunakan kata sederhana dan mudah dimengerti,		+2		
Men/8/1.1f	juga membatasi kata-kata kita.	juga	+3		
Men/8/1.2a	Mengapa?				
Men/8/1.3a	Nenek atau kakek ini, meskipun menunjukkan usaha untuk		1	√	

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha, \beta, \gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN



	mendengarkan apa yang kita bicarakan,				
Men/8/1.3b	namun kemampuan reseptif alias kemampuan mencernanya sudah tidak 100% bekerja lagi.	<b>namun</b>	<b>+2</b>		
Men/8/1.4a	Kebanyakan, memori mereka sudah tidak lagi sempurna untuk mengaitkan apa yang baru diterimanya.				
Men/8/1.5a	Bisakah kita bayangkan dalam posisi seperti orang tua tersebut?				
Men/8/1.6a	Tentu kemampuan kita dalam menerima informasi menjadi sangat terbatas.				
Men/8/1.7a	Kita mungkin sering tidak menyadari		$\alpha$		$\sqrt$
Men/8/1.7b	bahwa dengan kemampuan mendengar yang sempurna sekalipun, kita kerap tidak mencerpap informasi secara keseluruhan.	<b>bahwa</b>	$x\beta$		
Men/8/2.1a	Pernahkah di dalam rapat, kita memikirkan hal lain		<b>1</b>	$\sqrt$	
Men/8/2.1b	atau berbicara sendiri dengan orang di sebelah kita	<b>atau</b>	<b>+2</b> $\alpha$		$\sqrt$
Men/8/2.1c	karena ada agenda pembicaraan lain di luar topik yang tengah dibicarakan dalam rapat?		$x\beta$		
Men/8/2.2a	Bisa jadi, kita menatap lawan bicara,		<b>1</b>	$\sqrt$	
Men/8/2.2b	mendengar semua kata-katanya,		<b>+2</b>		
Men/8/2.2c	mengangguk-angguk seolah mengerti,		<b>+3</b>		
Men/8/2.2d	namun sebetulnya tidak menyerap		<b>+4</b>		
Men/8/2.2e	dan mengolah informasi yang kita terima.	<b>dan</b>	<b>+5</b>		
Men/8/2.3a	Ada orang yang sibuk dengan pikirannya sendiri,		<b>1</b>	$\sqrt$	
Men/8/2.3b	ada yang bersiap-siap untuk membantah,		<b>+2</b>		
Men/8/2.3c	ada juga orang yang tidak mengerti tetapi tidak menyatakannya.		<b>+3</b>		
Men/8/2.4a	Apa akibatnya?				
Men/8/2.5a	Topik pembicaraan yang didiskusikan,		$\alpha$		$\sqrt$
Men/8/2.5b	tidak sempat kita kembangkan menjadi tindak lanjut yang berarti dan serius.		$x\beta$		
Men/8/2.6a	Bayangkan berapa banyak waktu yang kita buang-buang		$\alpha$		$\sqrt$
Men/8/2.6b	dengan tidak benar-benar mendengarkan apa yang dikatakan orang lain?		$x\beta$		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

Men/8/2.7a	Kita jelas tidak menambah pengetahuan, wawasan kita dari diskusi yang terjadi.				
Men/8/2.8a	Bagaimana kita bisa mengembangkan solusi, tindak lanjut dan keputusan yang tajam		$\alpha$		$\sqrt$
Men/8/2.8b	bila tidak benar-benar mendengarkan?	<b>bila</b>	$x\beta$		
Men/8/3.1a	Mendengarkan tidak sama dengan mendengar kita tahu		$\alpha$		$\sqrt$
Men/8/3.1b	bahwa berkat dari alam semesta, yaitu kemampuan mendengar,	<b>bahwa</b>	$x\beta$		
Men/8/3.1c	dimiliki hampir semua orang.		$xy$		
Men/8/3.2a	Kita mengindrai suara secara otomatis.		1	$\sqrt$	
Men/8/3.3a	Namun, dengan akal budi yang kita miliki, manusia sebenarnya bisa memanfaatkan pendengaran dan indra lainnya secara lebih.	<b>namun</b>	+2		
Men/8/3.4a	Koordinasi panca indra bisa mengaktifkan untuk mengaktifkan intuisi		1	$\sqrt$	
Men/8/3.4b	atau sering diistilahkan orang sebagai indra ke-6.	<b>atau</b>	+2		
Men/8/3.5a	Dengan sedikit upaya lebih, selain mendengar, kita bisa membaca pesan-pesan <i>nonverbal</i> yang disampaikan orang.				
Men/8/3.6a	Di sini, atensi kita juga sangat penting.				
Men/8/3.7a	Dengan mengaktifkan indra kita secara serius, fungsi interpretasi dalam pemikiran kita terdorong untuk bekerja intensif		1	$\sqrt$	
Men/8/3.7b	dan mulai mengaktifkan memori jangka panjang maupun jangka pendek,	<b>dan</b>	+2      1	$\sqrt$	
Men/8/3.7c	kemudian meramunya dengan informasi yang baru masuk.	<b>kemudian</b>	$x2$		
Men/8/3.8a	Disinilah proses pemahaman bekerja dengan lebih baik.				
Men/8/4.1a	Bila berita yang masuk optimal, berita tersebut sudah terolah melalui proses interpretasi yang sempurna,	<b>bila</b>	$\alpha$		$\sqrt$
Men/8/4.1b	maka si pendengar bisa merespons,	<b>maka</b>	$x\beta$ 1	$\sqrt$	
Men/8/4.1c	bisa menyimpannya di dalam memori,		+2		
Men/8/4.1d	membuat penilaian		+3		
Men/8/4.1e	dan menjawab sesuai dengan pemikiran dan pendapatnya.	<b>dan</b>	+4		
Men/8/4.2a	Disinilah kita bisa membedakan pendengar dengan atensi yang				

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha, \beta, \gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	kuat dengan yang lemah.				
Men/8/4.3a	Orang yang dikatakan pendengar yang baik,		$\alpha$		√
Men/8/4.3b	memfokuskan atensi		$x\beta$ 1	√	
Men/8/4.3c	dan sudah biasa memproses hasil pendengarannya.	dan	+2		
Men/8/4.4a	Betapa “powerful”-nya individu yang bisa memanfaatkan proses sederhana ini, untuk membantu dirinya dalam memberi solusi,		1	√	
Men/8/4.4b	juga mengambil keputusan dengan tepat sasaran dan terarah.	juga	+2		
Men/8/4.5a	Tidakkah kita ingin bisa juga menjadi pendengar yang baik?				
Men/8/5.1a	Kita tahu		$\alpha$		√
Men/8/5.1b	bahwa perusahaan servis banyak menyediakan pos-pos ‘customer service’ untuk mendengarkan keluhan pelanggan.	bahwa	$x\beta$ $\alpha$		√
Men/8/5.2a	Bahkan, pos-pos pelayanan pelanggan ini pun “beroperasi” juga di sosial media.	bahkan	+ $\beta$ 1	√	
Men/8/5.3a	Namun, kita pun menyaksikan	namun	+2 $\alpha$		√
Men/8/5.3b	betapa banyak perusahaan ini seolah tidak coba betul-betul memahami, berempati dan menindaklanjuti keluhan pelanggan tersebut.	betapa	$x\beta$		
Men/8/5.4a	Ini tentu malah menjadi masalah baru,		$\alpha$		√
Men/8/5.4b	karena pelanggan jadi makin kesal	karena	$x\beta$ 1	√	
Men/8/5.4c	dan frustrasi.	dan	+2		
Men/8/5.5a	Mengapa hal ini terjadi?				
Men/8/5.6a	Permasalahannya adalah mendengar saja tidak berarti otomatis menyelesaikan masalah.				
Men/8/5.7a	Setiap keluhan pelanggan adalah 1 kasus yang tidak hanya perlu didengar dan dipahami,		1	√	
Men/8/5.7b	tapi harus dibedah	tapi	$x2$ 1		
Men/8/5.7c	dan diproses sampai tuntas.	dan	+2	√	
Men/8/5.8a	Andaikata saja kita menyediakan waktu cukup untuk mencerna dan memproses berita yang sampai dan menindaklanjutinya,		$\alpha$		√
Men/8/5.8b	kita bisa mendapatkan banyak manfaat		$x\beta$		
Men/8/5.8c	ketimbang mengacuhkannya.		$xy$		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (“) : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (‘) : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

Men/8/5.9a	Garuda Indonesia, misalnya, melalui <i>twitter</i> menanggapi keluhan pelanggan mengenai keterlambatan dengan sopan dan informatif.				
Men/8/5.10a	Alhasil, si pelanggan yang kebetulan mempunyai banyak follower ini mengucapkan terima kasih secara terbuka pula.				
Men/8/5.11a	Alangkah besar pengaruh positif yang didapat		$\alpha$		$\sqrt$
Men/8/5.11b	bila kita betul-betul serius mendengarkan keluhan pelanggan.	<b>bila</b>	$x\beta$		
Men/8/6.1a	Kita sering menjadikan kegiatan mendengar ini sekedar jargon dan <i>'take for granted'</i> .				
Men/8/6.2a	Apa buktinya?				
Men/8/6.3a	Apakah kita terbiasa mencatat apa yang dikatakan orang lain dalam rapat?				
Men/8/6.4a	Apakah kita mengolah dulu apa yang kita dengar kemudian baru berespons?				
Men/8/6.5a	Apakah dalam <i>'talkshow'</i> kita sempat menunggu orang lain selesai bicara tanpa sibuk mempersiapkan apa yang akan kita katakan?				
Men/8/6.6a	Apakah dalam menginterview kita serius melakukan <i>'probing'</i> alias sambungan pertanyaan		$\alpha$		$\sqrt$
Men/8/6.6b	dari apa yang sudah diceriterakan orang?		$x\beta$		
Men/8/6.7a	Kalau kita tidak memahami istilah tertentu,		$\alpha$		$\sqrt$
Men/8/6.7b	apakah kita melakukan pendalaman		$x\beta$	$1$	$\sqrt$
Men/8/6.7c	dan menanyakan apa artinya istilah tersebut?	<b>dan</b>		$+2$	
Men/8/6.8a	Apakah kita betul-betul mendengarkan,		$\alpha$		$\sqrt$
Men/8/6.8b	bukan hanya pura-pura terlihat melibatkan emosi kita dalam suatu percakapan?		$x\beta$		
Men/8/7.1a	Ungkapan para ahli komunikasi		$\alpha$		$\sqrt$
Men/8/7.1b	bahwa mendengar lebih penting dari berbicara memang memerlukan praktek yang jelas.	<b>bahwa</b>	$\beta$		
Men/8/7.2a	Kita tidak bisa mendengar sepotong-sepotong.		$1$		$\sqrt$
Men/8/7.3a	Kita juga tidak bisa mengklaim telah mendengar		$x2$	$\alpha$	$\sqrt$

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

Men/8/7.3b	bila tidak mengendapkan		$x\beta$ 1	√	
Men/8/7.3c	dan mengkaitkan informasi yang masuk dengan memori dan pengetahuan kita.	dan	+2		
Men/8/7.4a	Jadi, proses mendengarkan lawan bicara,		$\alpha$		√
Men/8/7.4b	walaupun terlihat cepat dan sederhana, adalah proses yang kompleks dan lengkap.		$x\beta$		
Men/8/7.5a	Jadi bukannya bicara,		1	√	
Men/8/7.5b	tetapi mendengarkanlah yang harus dikembangkan dalam budaya kita.	tetapi	+2		
Men/8/7.6a	Mendengarkan jauh lebih penting daripada kegiatan berkoar-koar		$\alpha$		√
Men/8/7.6b	mengatakan bahwa perusahaan, lembaga, atau negara kita ini terbaik.		" $\beta$ "		
Men/8/7.7a	Bisa kita bayangkan		$\alpha$		√
Men/8/7.7b	bila dalam organisasi kita, semua orang rajin mendengar,		$x\beta$ 1	√	
Men/8/7.7c	mencatat,		+2		
Men/8/7.7d	dan mencerna,		+3		
Men/8/7.7e	serta menindak lanjuti baik permintaan pelanggan ataupun kejadian di pasar,		+4 $\alpha$		√
Men/8/7.7f	alangkah majunya kita.		$x\beta$		
<b>Jumlah Proses = 45</b>				<b>21</b>	<b>24</b>
<b>Teks 9. MARTABAT</b>					
Mar/9/1.1a	Dalam situasi silaturahmi, ketika orang tua bertemu dengan teman anaknya atau, lebih jauh lagi, calon menantunya,		$\alpha$		√
Mar/9/1.1b	sering pertanyaan yang terlontar pertama kali adalah,		$x\beta$ 1	√	
Mar/9/1.1c	"Anak siapa kamu?"		"2"		
Mar/9/1.2a	Meski jaman semakin modern, kita memang tetap memperhatikan kriteria " <i>bibit, bebet, bobot</i> " sebagai radar		$\alpha$		√
Mar/9/1.2b	untuk menimbang martabat seseorang.	untuk	$x\beta$		
Mar/9/1.3a	Ukuran seperti asal usul, latar belakang keluarga, profesi, pekerjaan, jabatan, kepintaran masih menjadi faktor krusial yang				

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	ditimbang-timbang oleh keluarga.				
Mar/9/1.4a	Situasi seperti ini, membuat kita pun seringkali tergerak untuk menjawab “siapa kita”		1	√	
Mar/9/1.4b	dan siapa anggota keluarga yang baru masuk,	dan	+2		
Mar/9/1.4c	dan menimbang ‘martabat’-nya.	dan	+3		
Mar/9/1.5a	Pada saat itulah kita seolah sedang menimbang “harga” kita di mata masyarakat.				
Mar/9/2.1a	Kita tidak bisa menutup mata		$\alpha$		√
Mar/9/2.1b	bahwa orang-orang yang dinilai “bergengsi” di masyarakat biasanya adalah mereka yang punya mobil bagus dan rumah megah.	bahwa	$x\beta$		
Mar/9/2.2a	Anak muda, anak kecil, calon mertua, bahkan tetangga akan berdecak kagum melihat individu yang datang dengan mobil mewah dan penampilan mentereng.				
Mar/9/2.3a	Kita pun kerap melihat uang		$\alpha$		√
Mar/9/2.3b	bisa menjadi daya tarik yang ‘sexy’ bagi wanita-wanita cantik		$x\beta$		
Mar/9/2.3c	untuk berminat digauli pria tua yang tidak mungkin memenuhi kriteria sebagai pria idolanya.	untuk	$xy$		
Mar/9/2.4a	Kita sering terkagum-kagum dengan penampilan luar individu,		1	√	
Mar/9/2.4b	dan tiba-tiba tidak lagi memikirkan	dan	+2		
Mar/9/2.4c	atau mempertanyakan kualitas diri si empunya, apa karya dan prestasinya.	atau	+3		
Mar/9/2.5a	Padahal, ada juga orang yang cukup terpandang dan banyak berkarya,		1	√	
Mar/9/2.5b	namun tidak terlalu mempedulikan apa kata masyarakat tentang dirinya,	namun	+2 $\alpha$		√
Mar/9/2.5c	bahkan bergaya “ <i>dressing down</i> ”,	bahkan	$x\beta$		
Mar/9/2.5d	sehingga dalam pertemuan-pertemuan tidak dikenali sebagai “ <i>somebody</i> ”.	sehingga	$xy$		
Mar/9/2.6a	Benarkah kita sudah begitu silau oleh materialisme,		$\alpha$		√
Mar/9/2.6b	sampai-sampai tidak bisa lagi membedakan mana orang yang	sampai-sampai	$x\beta$		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (“) : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (‘) : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	benar-benar berhak bergengsi dan yang hanya bergengsi karena uangnya?				
Mar/9/2.7a	Apakah kita memang sudah menggeser cara menilai kualitas manusia		1	√	
Mar/9/2.7b	atau memang sudah tidak menganggap penting nilai-nilai yang pada era lalu masih banyak dijadikan patokan masyarakat?	atau	+2		
Mar/9/3.1a	Mengetahui betapa ada orang		$\alpha$		√
Mar/9/3.1b	sampai mempunyai mobil mewah lebih daripada yang mungkin bisa dikonsumsi dan dinikmatinya,		$x\beta$		
Mar/9/3.1c	kita tentu tergelitik untuk berpikir:		$xy$	$\alpha$	√
Mar/9/3.1d	apa sebetulnya yang kita kejar			' $\beta$	
Mar/9/3.1e	dan apa yang dibutuhkan untuk bisa puas dan punya "nilai" di mata masyarakat?	dan		' $\gamma$	
Mar/9/3.2a	Kita tentu familiar dengan 5 aspek piramida kebutuhan dari psikolog gaek, Abraham Maslow,		$\alpha$		√
Mar/9/3.2b	yang sudah dikenal sejak tahun 1940-an.		$x\beta$		
Mar/9/3.3a	Kita tidak banyak mengetahui		$\alpha$		√
Mar/9/3.3b	bahwa pada tahun 1970-an piramida kebutuhan tersebut sudah ditambah dengan dua aspek,	bahwa	$x\beta$	1	√
Mar/9/3.3c	yaitu kognitif (kebutuhan untuk mengembangkan pengetahuan, mengasah intelektualitas, memahami arti dari apa yang dikerjakan) dan estetika (apresiasi terhadap seni, keindahan, tren, keseimbangan).	yaitu		=2	
Mar/9/3.4a	Pada tahun 1990, teori Maslow bahkan dikembangkan lagi dengan " <i>transcendence needs</i> " di puncak piramida,		1	√	
Mar/9/3.4b	yaitu kebutuhan untuk menolong orang lain mencapai aktualisasi diri.	yaitu		=2	
Mar/9/3.5a	Jelas-jelas kebutuhan materialistis letaknya di bagian bawah piramida saja.				
Mar/9/3.6a	Kita pun bisa jadi bertanya-tanya,		$\alpha$		√
Mar/9/3.6b	inikah yang sering membuat individu tidak bisa membuat batas		" $\beta$		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	kepuasan?				
Mar/9/3.7a	Bisakah kita tidak mendekatkan kesuksesan dengan pangkat dan kekuatan finansial?				
Mar/9/3.8a	Teori Maslow mengingatkan		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
Mar/9/3.8b	bahwa bila kebutuhan sandang pangan sudah terpenuhi,		$\beta$ 1	$\sqrt{\quad}$	
Mar/9/3.8c	bila kita sudah mempunyai sedikit tabungan masa depan,		+2 $\alpha$		$\sqrt{\quad}$
Mar/9/3.8d	marilah kita mulai memikirkan orang lain dan hubungan kita dengan orang lain.		$x\beta$		
Mar/9/3.9a	Rasa berharga dan bermartabat sebetulnya bisa kita peroleh dari dalam diri, keluarga, profesi dan pekerjaan		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
Mar/9/3.9b	yang bisa menolong orang		$x\beta$ 1	$\sqrt{\quad}$	
Mar/9/3.9c	dan memberi kebaikan.	dan	+2		
Mar/9/3.9d	Inilah yang bisa membuat hidup kita puas.				
Mar/9/4.1a	Kita bisa jadi terperangah melihat koruptor yang tidak menampakkan rasa malu ketika tertangkap kamera,		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
Mar/9/4.1b	seolah tidak merasa martabatnya jatuh.		$x\beta$		
Mar/9/4.2a	Pertanyaannya: (adalah)		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
Mar/9/4.2b	pantaskah seorang koruptor menjadi 'somebody' yang bermartabat?		= $\beta$		
Mar/9/4.3a	Apakah orang yang 'hanya' mengejar kekayaan,		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
Mar/9/4.3b	tanpa memikirkan etika, <i>fairness</i> , profesionalitas, memperoleh martabat tinggi di mata masyarakat?		$x\beta$		
Mar/9/4.4a	Kita perlu ingat		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
Mar/9/4.4b	bahwa identitas diri, baik yang positif maupun negatif, tumbuh		' $\beta$		
Mar/9/4.4c	dan bertumpuk dalam lingkungan sosial.	dan	' $\gamma$		
Mar/9/4.5a	Seseorang yang diingat-ingat karena berbuat baik, menolong sesama, dan bermurah hati		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
Mar/9/4.5b	bisa seketika hancur martabatnya karena ternyata menjadi kaya dengan cara yang tak halal.		$x\beta$		
Mar/9/4.6a	Sementara orang yang memelihara nilai-nilai dan etika,		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN



Mar/9/4.6b	tidak pernah sendirian dalam keadaan goyah tanpa pegangan,		$x\beta$		
Mar/9/4.6c	karena ia mempunyai dirinya sendiri	<b>karena</b>	$xy$	1	√
Mar/9/4.6d	dan selalu tahu jalur apa yang perlu ditempuh.	<b>dan</b>		+2	
Mar/9/4.7a	Untuk itu, kita memang perlu jelas mendefinisikan sukses dan martabat atau nilai di mata masyarakat.				
Mar/9/4.8a	Setiap orang bisa sukses		1		√
Mar/9/4.8b	dan bermartabat,		+2	$\alpha$	√
Mar/9/4.8c	apapun profesinya bila ia menerapkan praktik-praktik terbaik,		$x\beta$	1	√
Mar/9/4.8d	mengikuti kaidah atau standar yang benar.			+2	
Mar/9/4.9a	Orang lain yang mendefinisikan sukses dengan pencapaian jabatan atau kepemilikan,		$\alpha$		√
Mar/9/4.9b	suatu saat akan dibingungkan		$x\beta$		
Mar/9/4.9c	bila jabatan atau hartanya tanggal.	<b>bila</b>	$xy$		
Mar/9/5.1a	Presiden Maldives, Mohamed Nasheed, menyerahkan kemewahan yang dinikmati presiden terdahulu,		$\alpha$		√
Mar/9/5.1b	dan memilih tinggal di sebuah 'townhouse' bersahaja		+ $\beta$		
Mar/9/5.1c	dan mengatakan:		+ $\gamma$	1	√
Mar/9/5.1d	"Ini adalah jaman kesulitan. Tidak pantas saya berada di istana sementara rakyat mengalami kesulitan."			"2	
Mar/9/5.2a	Bagi orang yang masih ingin memikirkan peningkatan martabatnya,		$\alpha$		√
Mar/9/5.2b	orang-orang seperti inilah yang seharusnya di 'benchmark' (menjadi tolak ukur)		$x\beta$	1	√
Mar/9/5.2c	dan dijadikan model.	<b>dan</b>		+2	
Mar/9/5.3a	Julian Short, penulis buku <i>A Model for Living</i> , mengatakan		$\alpha$		√
Mar/9/5.3b	bahwa meningkatkan martabat adalah berusaha sekeras-kerasnya untuk menjadi yang terbaik dengan menjunjung nilai-nilai etika.	<b>bahwa</b>	' $\beta$		
Mar/9/5.4a	Hal ini hanya bisa dilakukan dengan disiplin diri yang keras.				
Mar/9/5.5a	Martabat kitalah yang akan menemani kita menghadapi krisis,		1		√
Mar/9/5.5b	dan membuat kita tetap mengontrol diri pada situasi situasi tak	<b>dan</b>		+2	

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	menentu.				
Mar/9/6.1a	Banyak bukti bahwa misi pribadi bisa meningkatkan martabat orang,		$\alpha$		$\sqrt$
Mar/9/6.1b	bahkan meningkatkan status sosialnya secara natural.	<b>bahkan</b>	$x\beta$		
Mar/9/6.2a	Ibu guru di ceritera <i>Laskar Pelangi</i> , terasa mengangkat martabat guru,		$x\beta$		$\sqrt$
Mar/9/6.2b	walaupun kesehariannya sangat sederhana.	<b>walaupun</b>	$\alpha$		
Mar/9/6.3a	Misi hidup tidak selamanya bisa kita kaitkan dengan hasil yang kasat mata, apalagi kekayaan dan status sosial di masyarakat.				
Mar/9/6.4a	Banyak orang tetap bersahaja walaupun mendapat Hadiah <i>Nobel</i> sekalipun. Motif dan misinya lah yang dihargai orang.				
Mar/9/7.1a	Setiap kita bertindak,		$\alpha$		$\sqrt$
Mar/9/7.1b	sebetulnya kita bisa mempertanyakan		$x\beta$	$\alpha$	$\sqrt$
Mar/9/7.1c	apakah nilai-nilai seperti 'fairness', respek sosial, hubungan kemanusiaan masih kita junjung tinggi?			" $\beta$	
Mar/9/7.2a	Kita perlu sadar saat mengambil tindakan,		$\alpha$		$\sqrt$
Mar/9/7.2b	apakah kita melakukan sesuatu atau tidak melakukannya		$x\beta$	$\alpha$	$\sqrt$
Mar/9/7.2c	adalah karena alasan harga diri, nilai profesi, atau semata kebutuhan pribadi?			$=\beta$	
Mar/9/7.3a	Dengan kekuatan pegangan diri sendiri, kita bisa mencapai 'harga diri' yang cukup tinggi		1	$\sqrt$	
Mar/9/7.3b	dan mulai menikmati diri kita sendiri, sebagai manusia bermartabat.		+2		
Mar/9/7.4a	Kita masing-masing jelas perlu kembali memikirkan martabat diri sebagai hakekat kehidupan dan bukan materialisme.				
<b>Jumlah Proses = 47</b>				<b>16</b>	<b>31</b>
<b>Teks 10. PEJUANG MODERN</b>					
PM/10/1.1a	Di bulan November ini, upacara peringatan Hari Pahlawan dan tabur bunga di makam patriot bangsa, biasanya akan menggelitik emosi dan memori kita tentang kepahlawanan.				

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

PM/10/1.2a	Mudah-mudahan, ingatan kita tidak sekedar berhenti dengan Makam Pahlawan dan tugu Pahlawan di Surabaya, saja.				
PM/10/1.3a	Sesudah 7 pahlawan Revolusi, kita sudah tidak bisa mengidentifikasi secara gamblang,		$\alpha$		$\sqrt$
PM/10/1.3b	yang mana patriot-patriot negara yang perlu di elu-elukan sebagai pahlawan bangsa.		$x\beta$		
PM/10/1.4a	Bukan sekedar karena tidak ada perang yang nyata,		1	$\sqrt$	
PM/10/1.4b	namun publikasi mengenai pejuang modern, seperti penjaga perbatasan yang mempertaruhkan nyawa, (adalah) sangat sedikit.	<b>namun</b>	+2		
PM/10/1.5a	Jangankan anak sekolah, orang dewasa pun banyak yang tidak menyadari adanya pejuang-pejuang yang mengorbankan jiwa raga, dan keluarganya demi membela negara.				
PM/10/2.1a	Perang sekarang sudah tidak perlu selalu perang antar negara.				
PM/10/2.2a	Bayangkan betapa teroris bisa membunuh ratusan orang tak bersalah.				
PM/10/2.3a	Kita juga sama-sama menyadari bahaya narkoba,		$\alpha$		$\sqrt$
PM/10/2.3b	yang tidak saja mengancam remaja, tetapi juga orang-orang dekat di sekitar kita.		$x\beta$		
PM/10/2.4a	Belum lagi bahaya kejatuhan moral, seperti pornografi remaja, yang bisa membuat semua orang kecut,		1	$\sqrt$	
PM/10/2.4b	dan tidak tahu bagaimana melindungi remajanya.	<b>dan</b>	+2		
PM/10/2.5a	Penggerogotan terhadap harta negara sudah dilakukan oleh koruptor-koruptor,		$\alpha$		$\sqrt$
PM/10/2.5b	yang masih bisa tersenyum lebar di kamera media.		$x\beta$		
PM/10/2.6a	Demikian pula, persaingan ekonomi antar negara, yang bisa menyebabkan bangsa lain dengan semena-mena menjajah negara,		$\alpha$		$\sqrt$
PM/10/2.6b	tanpa disadari oleh rakyatnya.		$x\beta$		
PM/10/2.7a	Bukankah 'perang' yang sekarang kita hadapi, menjadi demikian <i>multidimensional</i> ,		$\alpha$		$\sqrt$

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

PM/10/2.7b	sehingga bahkan lebih berbahaya dari perang fisik yang nyata di masa lalu?	<b>sehinga</b>	$x\beta$		
PM/10/2.8a	Bukankah pejuang Indonesia masa kini harusnya berjumlah (yaitu) lebih banyak dari jaman perang dulu,		<b>1</b>	$\sqrt{\quad}$	
PM/10/2.8b	dan bahkan lebih pintar	<b>dan</b>	<b>+2</b>		
PM/10/2.8c	dan lebih berkualitas?	<b>dan</b>	<b>+3</b>		
PM/10/31a.	Bila kini kita rindu sosok pahlawan patriot bangsa,		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
PM/10/3.1b	sesungguhnya kita pun perlu menyadari		$x\beta$ <b>1</b>	$\sqrt{\quad}$	
PM/10/3.1c	dan menumbuhkan pejuang <i>modern</i> di sekitar kita, bahkan dalam diri kita sendiri.	<b>dan</b>	<b>+2</b>		
PM/10/3.2a	Dari program " <i>heroes</i> " <i>Kick Andy</i> kita berkenalan dengan Gendu,		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
PM/10/3.2b	pejuang yang merawat 10.000 orang sakit jiwa.		<b>=<math>\beta</math></b>		
PM/10/3.3a	Kita tahu ada pahlawan ekologi		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
PM/10/3.3b	seperti Babah Akong yang belasan tahun menanam bakau di Maumere sampai 23 hektar.		<b>=<math>\beta</math></b>		
PM/10/3.4a	Ada juga guru-guru sekolah di daerah terpencil,		<b>1</b>	$\sqrt{\quad}$	
PM/10/3.4b	pembuat kaki palsu yang berhasil membantu orang cacat dengan kaki palsu murah.		<b>=2</b>		
PM/10/3.5a	Kita pun tentu bangga melihat walikota Surabaya		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
PM/10/3.5b	yang berusaha memperbaiki hidup para wanita yang terikat hutang kepada para mucikari		$x\beta$		
PM/10/3.5c	sehingga tidak pernah terbebaskan dari profesi tercela.	<b>sehingga</b>	$xy$		
PM/10/3.6a	Kita juga punya Ignasius Jonan,		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
PM/10/3.6b	yang berupaya memikirkan dan memperjuangkan kebutuhan karyawan,		$x\beta$ <b>1</b>	$\sqrt{\quad}$	
PM/10/3.6c	memberi jaminan kesehatan pada seluruh karyawan,		<b>+2</b>		
PM/10/3.6d	memperbaiki sistem perkeretaapian, sehingga baik penumpang, masinis, kepala stasiun,		<b>+3</b>		
PM/10/3.6e	mempunyai penghargaan diri yang lebih baik,		<b>+4</b>		
PM/10/3.6f	dan bisa berdampak positif kepada kualitas kerja dan kehidupan	<b>dan</b>	<b>+5</b>		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha, \beta, \gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

	keluarganya?				
PM/10/3.7a	Bukankah nyata-nyata mereka (adalah) pejuang tanpa senjata?				
PM/10/4.1a	Para pejuang <i>modern</i> , yang rela mengorbankan diri demi orang lain atau negara,		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
PM/10/4.1b	biasanya 'sudah selesai' dengan dirinya sendiri.		$x\beta$	$\alpha$	$\sqrt{\quad}$
PM/10/4.2a	Artinya, individu ini sudah mengenal apa yang ia butuhkan,	<b>artinya</b>		$=\beta$	
PM/10/4.2b	biasanya sangat familiar dengan istilah 'cukup' dengan dirinya.			$=\gamma$	
PM/10/4.3a	Pada saat inilah ia kemudian mempunyai kelonggaran untuk memikirkan hal-hal yang lebih besar, seperti lingkungan, negara, dan kemanusiaan.				
PM/10/4.4a	Determinasinya kemudian sudah tidak (menjadi) personal lagi,			$\alpha$	$\sqrt{\quad}$
PM/10/4.4b	sehingga ia pun kuat mengasah kekuatan mentalnya seperti, toleransi, disiplin diri, komitmen dan kontrol diri.			$x\beta$	
PM/10/4.5a	Dari sinilah kita bisa menyaksikan betapa seorang anak muda			$\alpha$	$\sqrt{\quad}$
PM/10/4.5b	misalnya bisa berpikir untuk daerah rumahnya yang kumuh,		$x\beta$	$1$	$\sqrt{\quad}$
PM/10/4.5c	dan ingin memperbaiki nasib anak-anak di area itu.	<b>dan</b>		$+2$	
PM/10/4.6a	Ia ingin membuat anak-anak di area itu lebih cerdas dari rata-rata			$1$	$\sqrt{\quad}$
PM/10/4.6b	dan bangga bahwa mereka betul berasal dari daerah kumuh.	<b>dan</b>		$+2$	
PM/10/4.7a	Ini hanya bisa dilakukan oleh individu yang benar-benar sudah tahu apa yang mereka mau.				
PM/10/4.8a	Orang-orang seperti ini memang biasanya sudah mengasah diri dengan latihan-latihan			$1$	$\sqrt{\quad}$
PM/10/4.8b	dan berusaha belajar dari lingkungannya.			$+2$	
PM/10/4.9a	Bila pada suatu saat pejuang ini tidak mencapai apa yang sudah ia canangkan,	<b>bila</b>		$\alpha$	$\sqrt{\quad}$
PM/10/4.9b	mereka tidak kehilangan keyakinan,			$x\beta$	
PM/10/4.9c	karena menang, kalah atau 'seri' sekalipun, adalah bagian dari latihan yang dikembangkannya setiap hari.	<b>karena</b>		$xy$	
PM/10/6.5	Bila kita menjadi orang-orang yang ikut berteriak dan mencaci maki koruptor saja,	<b>bila</b>		$1$	$\sqrt{\quad}$

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha, \beta, \gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

PM/10/6.5	namun tidak berperan serta, menyingsingkan lengan baju untuk memberantas korupsi,	<b>namun</b>	<b>+2</b>	$\alpha$		√
PM/10/6.5	jelas kita belum bisa mengklaim diri sebagai orang yang berguna untuk negara dan masyarakat yang lebih luas.			$x\beta$		
PM/10/6.5	Banyak orang, bahkan kita sendiri pun, bisa kehabisan energi untuk menyingsingkan lengan baju,			$\alpha$		√
PM/10/6.5	bila terbiasa membiarkan diri kita ada di zona nyaman,	<b>bila</b>	$x\beta$	<b>1</b>	√	
PM/10/6.5	tidak menikmati lagi berkeringat, mengotori tangan dengan bekerja keras.			<b>=2</b>		
PM/10/6.5	Padahal, kemampuan, talenta, keahlian dan kepintaran kita, tidak akan jadi apa-apa			$\alpha$		√
PM/10/6.5	bila tidak diikuti dengan tempaan latihan, disiplin, turun ke lapangan, kepekaan dan mawas diri.	<b>bila</b>		$x\beta$		
PM/10/6.5	Banyak orang tidak terlatih untuk mengamati posisi dirinya, terhadap lingkungan sosial,			<b>1</b>	√	
PM/10/6.5	dan berusaha menerima dan memahami kebutuhannya.	<b>dan</b>	<b>+2</b>			
PM/10/6.5	Kita harus sadar			$\alpha$		√
PM/10/6.5	bahwa hanya dengan kekuatan mawas diri, spirit untuk menjadi pejuang baru akan tumbuh.	<b>bahwa</b>		$x\beta$		
PM/10/7.1a	Kita bisa menjadi pejuang pekerja,			<b>1</b>	√	
PM/10/7.1b	namun bukan menjadi demonstran yang 'tidak mau tahu' saat minta kenaikan upah buruh.	<b>namun</b>	<b>+2</b>			
PM/10/7.2a	Banyak orang yang masih mengkaitkan perjuangan dengan kekerasan,			$\alpha$		√
PM/10/7.2b	padahal orang yang melakukan kekerasan, apalagi terhadap orang yang tidak berdaya, adalah orang yang biasanya melakukan 'bullying', bukan?	<b>padahal</b>		$x\beta$		
PM/10/7.3a	Kita perlu sama-sama berpikir			$\alpha$		√
PM/10/7.3b	bahwa peluang dan keharusan kita untuk menjadi pejuang bangsa, di masa sekarang ini justru bisa dalam berbagai bentuk,	<b>bahwa</b>		' $\beta$	$\alpha$	√
PM/10/7.3c	misalnya memperbaiki mental individu, mental sebagai pekerja,			$x\beta$		

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha$ ,  $\beta$ ,  $\gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN

PM/10/7.3d	sehingga ia bisa hidup lebih cerdas dan layak.	<b>sehingga</b>	<b>xy</b>		
PM/10/7.4a	Orang yang dikategorikan pejuang, sebenarnya adalah orang yang menonjol karena keberaniannya dan pengorbanannya dalam membela kepentingan orang yang lebih banyak,		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
PM/10/7.4b	tidak melulu memikirkan		$x\beta$ 1	$\sqrt{\quad}$	
PM/10/7.4c	atau memperkaya diri dan lingkungannya sendiri.	<b>atau</b>	+2		
PM/10/7.5a	Apakah orang-orang ini mempunyai ciri yang berbeda dengan kebanyakan orang?				
PM/10/7.6a	Apakah mereka memang dilahirkan di lingkungan tertentu,		1	$\sqrt{\quad}$	
PM/10/7.6b	atau mempunyai profesi tertentu?	<b>atau</b>	+2		
PM/10/7.7a	Jelas kita melihat,		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
PM/10/7.7b	setiap orang, dari lingkungan dan profesi apapun, punya kesempatan untuk melatih diri agar peka pada lingkungan,		$x\beta$		
PM/10/7.7c	mengembangkan mentalitas		$xy$ 1	$\sqrt{\quad}$	
PM/10/7.7d	tidak memikirkan diri sendiri		+2		
PM/10/7.7e	dan lebih memikirkan orang banyak.	<b>dan</b>	+3		
PM/10/7.8a	Ada orang-orang yang bisa setia pada pekerjaan dan lahan kerjanya,		$\alpha$		$\sqrt{\quad}$
PM/10/7.8b	sampai sering tidak memikirkan dirinya sendiri,		$x\beta$ 1	$\sqrt{\quad}$	
PM/10/7.8c	tetapi bersungguh-sungguh membelanya.	<b>tetapi</b>	+2		
PM/10/7.9a	Inilah (adalah) pejuang <i>modern</i> .				
<b>Jumlah Proses = 42</b>				<b>17</b>	<b>25</b>

**KETERANGAN:**

(=) : ELABORASI      (") : LOKUSI      1, 2, 3, dsb. : HUBUNGAN PARATAKSIS  
 (+) : EKSTENSI      (') : IDE       $\alpha, \beta, \gamma$ , dsb : HUBUNGAN HIPOTAKSIS  
 (X) : ENHANCEMEN